

„Verstecken“ des Widerrufsrechts hinter AGB- Link ist unlauter

Leitsatz:

Gemäß §§ 355, 312c Abs. 1 S. 1 BGB besteht für einen Unternehmer die Pflicht, den Verbraucher rechtzeitig vor Abgabe vor dessen Vertragserklärung die Informationen über ein Bestehen oder Nichtbestehen, Bedingungen und Einzelheiten der Ausübung zu den Rechtsfolgen des Widerrufsrechts zu informieren. Erforderlich dafür ist, dass der Verbraucher ohne gezielte Suche auf alle diesbezüglich relevanten Angaben stößt. Unter dem Link mit der Bezeichnung „AGB“ über das Widerrufsrecht zu informieren genügt demnach nicht den Ansprüchen, da der durchschnittliche Verbraucher hinter den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vom Unternehmer gestellte Vertragsbedingungen erwartet und nicht eine gemäß § 312c Abs. 1 S. 1 BGB geschuldete Information.

Landgericht Berlin

Urteil vom 14.12.2007

Az.: 96 O 329/07

In dem Verfahren des einstweiligen Rechtsschutzes

...

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte Hild & Kollegen, Konrad-Adenauer-Allee 55, 86150 Augsburg

g e g e n

...

Prozessbevollmächtigte: ...

hat die Kammer für Handelssachen 96 des Landgerichts Berlin in Berlin-Mitte, Littenstraße 12-17, 10179 Berlin, auf die mündliche Verhandlung vom 14. Dezember 2007 durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht ... sowie die Handelsrichter ... und ...

für **R e c h t** erkannt:

1. Die einstweilige Verfügung vom 16. Oktober 2007 wird bestätigt.
2. Der Antragsgegner hat auch die weiteren, durch die Einlegung des Widerspruchs entstandenen Kosten des Verfahrens zu tragen.

Tatbestand:

Beide Parteien vertreiben gewerblich über das Internet Speicherbausteine.

Der Antragsgegner bot auf der Internethandelsplattform „...“ am 11. Oktober 2007 einen Speicherbaustein zum Kauf an. Im Angebotstext heißt es unter der Überschrift „Garantie“ wie folgt:

*Es gelten **24 Monate Gewährleistung** und **ein Monat Widerrufsrecht** für Verbraucher. Es gilt darüber hinaus **10 Jahre Garantie des Herstellers****

...

Wegen der Einzelheiten wird auf den als Anlage EV 3 vorn Antragsteller eingereichten Bildschirmausdruck verwiesen (BI. 16/17 d.A.).

Zum Kauf bereite Nutzer der Internetplattform, die den Speicherbaustein virtuell in ihren Warenkorb gelegt hatten, konnten dessen Inhalt überprüfen und im Zuge eines aus drei Schritten bestehenden Bestellvorgangs die Ware bestellen. Auf der Internetseite mit dem dritten Schritt heißt es unter der

Überschrift „Widerrufsrecht“ „Sie haben als Verbraucher das Recht, Ihre Bestellung innerhalb von einem Monat nach Lieferung zu widerrufen.“ Wegen der Einzelheiten wird ebenfalls auf die Anlage EV 3 verwiesen (BI. I 8-22 d.A.).

Auf der Internetseite des Warenkorbs und allen Seiten des Bestellvorgangs fanden sich Links mit den Bezeichnungen „Kontakt“, „Impressum“, „Lieferbedingungen“, „Datenschutz“, „AGB“ und „Zahlungsarten“. Über den Link „AGB“ gelangte man zu einer weiteren Seite mit den so genannten Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Antragsgegners, die nicht zuletzt eine ausführliche Information über das Widerrufsrecht für Verbraucher enthalten. Insoweit wird auf die eingereichte Anlage AG 2 (BI. 49/50 d.A.) verwiesen.

Die Zivilkammer des Landgerichts Berlin hat mit Beschluss vom 16. Oktober 2007 – 15 O 8 3/07 – (BI. 30-34 d.A.) dem Antragsgegner unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel untersagt, im geschäftlichen Verkehr bei Fernabsatzverträgen mit Endverbrauchern Speicherbausteine (RAM-Module) über die Website www....de anzubieten, ohne dem Verbraucher vor Vertragsabschluss klar und verständlich über das gesetzliche Widerrufsrecht zu belehren. Im Übrigen ist der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen worden.

Der Antragsgegner hat gegen die ihm persönlich (vgl. Bl. 40 d.A.) und seinen jetzigen Verfahrensbevollmächtigten (vgl. Bi. 42 d.A.) am 23. bzw. 29. Oktober 2007 zugestellte einstweilige Verfügung Widerspruch eingelegt. Auf seinen Antrag hat die Zivilkammer das Verfahren mit Beschluss vom 15. November 2007 (BI. 68 d.A.) an die Kammer für Handelssachen verwiesen.

Der Antragsteller hat gegen den Beschluss vom 16. Oktober 2007 (sofortige) Beschwerde eingelegt, soweit der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen worden ist. Der sofortigen Beschwerde ist nicht abgeholfen worden (vgl. Bl. 97/98 d.A.).

Der Antragsteller behauptet: Der Antragsgegner habe Bestätigungsemails des aus der Anlage AG 3 (Bl. 51 d.A.) ersichtlichen Inhalts bis zum 12. Oktober 2007 nicht versandt.

Er beantragt,

die einstweilige Verfügung vom 16. Oktober 2007 zu bestätigen.

Der Antragsgegner beantragt,

die einstweilige Verfügung aufzuheben und den auf ihren Erlass gerichteten Antrag zurückzuweisen.

Er behauptet: Derjenige, der auf der Internetplattform „...“ eine Bestellung tätige, erhalte automatisch eine Bestätigungsnachricht. Diese habe bei ihm – auch am 11. Oktober 2007 – den Inhalt gehabt, der aus der Anlage AG 3 (Bl. 51 d.A.) ersichtlich sei; im Anhang zur Email habe sich die aus der Anlage AG 4 (Bl. 52 d.A.) ersichtliche Information zum Widerrufsrecht befunden.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die von den Parteien zu den Akten gereichten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

Die einstweilige Verfügung vom 16. Oktober 2007 ist zu bestätigen (§§ 936, 925 Abs. 2 ZPO).

I.

Der von der Zivilkammer im Sinne des Antragstellers beschiedene Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist begründet.

1. Dem Antragsteller steht der erster Instanz noch verfahrensgegenständliche Unterlassungsanspruch zu, wobei für die gemäß § 8 Abs. 1 S. 1 UWG erforderliche Wiederholungsgefahr aufgrund des begangenen Wettbewerbsverstosses eine tatsächliche Vermutung spricht.

Die in dem Angebot des Antragsgegners auf der Internetplattform „...“ enthaltene Information der Verbraucher über das nach § 355 BGB bestehende Widerrufsrecht ist unlauter im Sinne der §§ 3, 4 Nr. 11 UWG, da sie nicht den gesetzlichen Vorgaben des § 312c Abs. 1 S. 1 BGB entspricht.

a) Nach dieser Vorschrift besteht für den Unternehmer die Pflicht, dem Verbraucher rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in einer dem eingesetzten Fernkommunikationsmittel entsprechenden Weise klar und verständlich die Informationen zur Verfügung zu stellen, für welche dies gemäß Art. 240 EGBGB in Verbindung mit § 1 Abs. 1 Nr. 10 BGB-InfoV bestimmt ist. Hierzu gehört nicht nur die Information über das Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufsrechts an sich, erforderlich sind auch Angaben zu dessen Bedingungen, zu Einzelheiten der Ausübung und zu den Rechtsfolgen des Widerrufs.

Erforderlich für eine klare und verständliche Information ist, dass diese so gestaltet sind, dass der Verbraucher auch ohne gezielte Suche auf alle relevanten Angaben stößt. Die Einbeziehung der Information in umfangreichere Allgemeine Geschäftsbedingungen ist nur unbedenklich, so lange dadurch die Klarheit und Verständlichkeit der Informationen nicht leidet. Da der Verbraucher in jedem Fall gemäß § 312c Abs. 2 S. 1 BGB nach Vertragsschluss noch ausdrücklich in Textform auch über das Widerrufsrecht und dessen konkrete Ausgestaltung informiert werden muss, ist eine deutliche Gestaltung und Hervorhebung bei der Informationserteilung vor dem Vertragsschluss nach § 312c Abs. 1 S. 1 noch nicht zwingend geboten (vgl. MüKo-Wendehorst, BGB, 5. Aufl., 2007, § 312c, Rn. 85f,; KG, NJW 2006, 3215, 3216).

Die Information auf der Angebotsseite selbst entspricht diesen Anforderungen nicht. Vielmehr wird dort unter der Überschrift „Garantie“ und gleichsam versteckt zwischen Angaben zu Gewährleistungsrechten und einer Herstellergarantie die Information an einer Stelle gegeben, an der sie der

Verbraucher nicht erwartet. Zudem fehlen – wie im Beschluss vom 16. Oktober 2007 zutreffend ausgeführt – Angaben zu fast allen Bedingungen des Widerrufsrechts. Auch die unter der Überschrift „Widerrufsrecht“ im dritten Bestellschritt gemachten Angaben entsprechen nicht annähernd den Anforderungen des § 1 Abs. 1 Nr. 10 BGB-InfoV.

Zu Unrecht beruft sich der Antragsgegner darauf, dem Verbraucher werde hinreichend die Möglichkeit geboten sich über den Link „AGB“ über das Widerrufsrecht zu informieren. Zwar ist die Information des Verbrauchers über eine von der Angebotsseite verschiedene Internetseite nicht von vornherein ausgeschlossen, doch muss der Hinweis so angeordnet und gestaltet sein, dass er vom Verbraucher auch bei flüchtiger Betrachtung nicht übersehen werden kann und klar erkennen lässt, welche Art von Informationen sich hinter ihm verbergen (vgl. MüKo-Wendehorst, § 312c, Rn. 80; OLG Frankfurt, MMR 2007, 322: „sprechender Link“). Diesen Anforderungen entspricht die Bezeichnung des zur inhaltlich zutreffenden Information über das Widerrufsrechts führenden Links nicht. AGB ist die dem Durchschnittsverbraucher geläufige Abkürzung für Allgemeine Geschäftsbedingungen. Bei diesen handelt es sich auch nach dem laienhaften Sprachgebrauch jedoch nicht um die gemäß § 312c Abs. 1 S. 1 BGB geschuldeten Informationen, sondern um vom Unternehmer gestellte Vertragsbedingungen. Selbst ein Verbraucher, der bereit ist, sich selbst auf die Suche nach den gesetzlich vorgesehenen Informationen zu begeben, muss diese nicht hinter dem Link „AGB“ vermuten. Hieran ändert sich auch nichts dadurch, dass ein Teil der Internetanbieter Informationen zum Widerrufsrecht auch in Allgemeinen Geschäftsbedingungen bereithält. Wenn dies geschieht, erfolgt dies nach den Erfahrungen der Kammer in aller Regel zusätzlich zu einer gesonderten Information über das Widerrufsrecht oder mit einem ausdrücklichen Hinweis darauf, dass sich diese Information dort findet. Es reicht daher auch nicht aus, dass – was zwischen den Parteien unstreitig ist – der Käufer auf der Internetplattform „...“ vor

Abschluss der Bestellung bestätigen muss, die AGB zur Kenntnis genommen zu haben. Es handelt sich lediglich um eine – gemäß § 308 Nr. 5 BGB unwirksame – fingierte Erklärung, die nicht darauf schließen lässt, dass der Verbraucher den Inhalt auch tatsächlich wahrgenommen hat. Zu berücksichtigen ist auch, dass der Antragsgegner im dritten Bestellschritt unter der Überschrift „Widerrufsrecht“ eine – wenn auch unzureichende – ausdrückliche Information zum Widerrufsrecht gibt; der Verbraucher hat danach wenig Anlass, an anderer Stelle noch weitere Information zu vermuten und zu suchen.

b) Mit der unzureichenden Information gemäß § 312c Abs. 1 S. 1 BGB hat der Antragsgegner gegen eine Vorschrift im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG verstoßen, die dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln (vgl. Köhler in: Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. Aufl., 2007, § 4 UWG, Rn. 11 .170).

c) Bei der unzureichenden Information des Verbrauchers handelt es sich nicht lediglich eine Wettbewerbshandlung, durch die der Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nur unerheblich beeinträchtigt wird (§ 3 UWG).

Nicht jeder Verstoß gegen eine Vorschrift, die den Wettbewerb unmittelbar regelt, führt automatisch zur Erheblichkeit dieses Verstoßes im Sinne des § 3 UWG. Die Erheblichkeitsklausel des § 3 UWG soll verhindern, dass Bagatelverstoße, die für das Wettbewerbsgeschehen insgesamt oder für einzelne Wettbewerber allenfalls eine marginale Bedeutung haben, wettbewerbsrechtlich verfolgt werden. Mit der Formulierung „zum Nachteil“ bringt § 3 UWG zum Ausdruck, dass die Lauterkeit im Wettbewerb nicht um ihrer selbst willen geschützt wird, sondern nur insoweit, als die Wettbewerbsmaßnahmen tatsächlich geeignet sind, zu einer Beeinträchtigung geschützter Interessen der Marktteilnehmer zu führen. Die Verfälschung des Wettbewerbs muss darüber hinaus „nicht unerheblich“ sein. Damit soll zum Ausdruck kommen, dass

die Wettbewerbsmaßnahme von einem gewissen Gewicht für das Wettbewerbsgeschehen und die Interessen der geschützten Personenkreise sein muss. Die Verfolgung von Bagatellfällen, an deren Verfolgung kein schutzwürdiges Interesse der Allgemeinheit besteht, soll ausgeschlossen werden. Die Feststellung, ob ein Wettbewerbsverstoß geeignet ist, den Wettbewerb nicht nur unerheblich zu verfälschen, setzt eine nach objektiven und subjektiven Momenten unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles zu treffende Wertung voraus. Bei der Prüfung, ob die beanstandete Wettbewerbshandlung zu einer nicht unerheblichen Wettbewerbsbeeinträchtigung geeignet ist, ist dementsprechend eine Gesamtbetrachtung unter Berücksichtigung aller vom Schutzzweck der Norm erfasster Umstände vorzunehmen. In diese sind neben der Art und Schwere des Verstoßes die zu erwartenden Auswirkungen auf den Wettbewerb sowie der Schutzzweck des Wettbewerbsrechts einzubeziehen. Eine nicht nur unerhebliche Verfälschung kann auch bei Verstößen mit nur geringen Auswirkungen auf den Marktteilnehmer im Einzelfall vorliegen, wenn durch das Verhalten eine Vielzahl von Marktteilnehmern betroffen ist oder eine nicht unerhebliche Nachahmungsgefahr besteht. Eine Eignung zur nicht nur unerheblichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs zum Nachteil der betroffenen Mitbewerber ist dann anzunehmen, wenn ihre Marktchancen durch die unlautere Wettbewerbshandlung spürbar beeinträchtigt sein können. Letzteres hängt auch von der Größe eines erzielten Wettbewerbsvorsprungs ab. Es reicht nicht aus, dass der Verstoß lediglich geeignet ist, irgendeinen geringfügigen Wettbewerbsvorsprung zu begründen. Von Bedeutung sind vielmehr die jeweiligen Marktverhältnisse, wie die Größe des Unternehmens und die Zahl der Mitbewerber auf dem Markt sowie die Art, Schwere, Häufigkeit oder Dauer des Wettbewerbsverstoßes. In Bezug auf die Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer ist darauf abzustellen, ob ihre Informationsinteressen, ihre Entscheidungsfreiheit und ihre sonstigen durch das Gesetz geschützten Interessen spürbar beeinträchtigt sein können. Auch bezüglich der Verbraucher und

sonstigen Marktteilnehmer ist das Ausmaß der Beeinträchtigung ihrer Entscheidungsfreiheit oder sonstigen Interessen maßgebend. Dementsprechend kann sich ein Anwendungsbereich besagter „Bagatellklausel“ des § 3 UWG beispielsweise dann eröffnen, wenn zwar gegen zum Schutz des Verbrauchers erlassene Vorschriften verstoßen wird, der Inhalt des gebotswidrig unterlassenen Hinweises sich aber aus dem übrigen Kontext dem Verbraucher erschließt, aus sonstigen Umständen für den Verbraucher nahe liegt oder für die Kaufentscheidung von zu vernachlässigender Bedeutung ist (so wörtlich: KG, GRUR-RR 2007, 326, 327 m.w.N.).

Dem Antragsgegner ist grundsätzlich recht zu geben, wenn er die Ansicht vertritt, dass es gegen die Erheblichkeit des Verstoßes gegen die Informationspflicht des § 312c Abs. 1 S. 1 BGB sprechen würde, wenn der Verbraucher zwar nicht vor Abgabe seiner eigenen Vertragserklärung (auf der Internetplattform „...“ gibt anders als auf der Internetplattform „eBay“ der Verbraucher das Vertragsangebot ab), aber noch vor Zustandekommen des Vertrages die gesetzlich vorgesehenen Informationen erhält. Welchen Inhalt im vorliegenden Fall die Bestätigungsemail im Zeitpunkt des Verstoßes hatte, kann dabei für die Entscheidung dahinstehen; auch kann offen bleiben, ob dies gegebenenfalls vom Antragsteller oder vom Antragsgegner darzulegen und glaubhaft zu machen gewesen wäre. Denn es ist jedenfalls zu berücksichtigen, dass sich auch in der Bestätigungsemail selbst die erforderlichen Angaben zum Widerrufsrecht nicht finden, sondern dass auch dort nur auf die „vollständigen AGB im Anhang dieser Email“ verwiesen wird. Zwar ergibt sich aus dem dortigen Zusammenhang – die Überschrift lautet „Widerrufsrecht“ – für den Verbraucher trotz der Bezugnahme auf AGB recht eindeutig, dass im Anhang zur Email Informationen zum Widerrufsrecht zu erwarten sind, doch ist nicht zu übersehen, dass der Verbraucher wiederum selbst aktiv werden muss, um die gesetzlich vorgesehenen Informationen zu erhalten.

Bei der Frage, ob es sich um eine „Bagatelle“ handelt, ist auch von Bedeutung, dass – wie im Termin zur mündlichen Verhandlung vom Antragsteller durch Vorlage eines späteren Angebots des Antragsgegners dargelegt – es für den Antragsgegner auch auf der Internetplattform „...“ ohne weiteres möglich ist, die gebotenen Informationen klar und verständlich zu geben. Dass dies im Rahmen des Angebotstextes geschehen muss und der werbliche Effekt des Angebots daher – wie vom Antragsgegner geltend gemacht – geringer wird, rechtfertigt es nicht, das Unterlassen einer klaren und verständlichen Information des Verbrauchers als entbehrlich anzusehen. Dies umso weniger, weil andere Unternehmer, die von vornherein ausreichend informieren, die Schmälerung der Attraktivität ihres Angebots ebenfalls in Kauf nehmen müssen und der Antragsgegner damit einen Wettbewerbsvorsprung vor diesen Unternehmern erhalten würde. Gerade für die Person des Antragsgegners, der sich – gerichtsbekannt – sonst sehr um die Lauterkeit des Geschäftsverkehrs auf Internetplattformen sorgt und seine Mitbewerber außergerichtlich und gerichtlich nicht zuletzt an ihre gemäß § 312c Abs. 1 S. 1 BGB bestehenden Informationspflichten erinnert, gilt, dass er schwerlich erwarten kann, dass die eigenen Verstöße als weniger schwerwiegend als die seiner Mitbewerber angesehen werden.

2. Der Darlegung eines Verfügungsgrundes bedarf es gemäß § 12 Abs. 2 UWG nicht.

II.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO.