

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

BGH: Verlinkung auf wesentliche Merkmale im Warenkorb nicht ausreichend

Auf Betreiben der Wettbewerbszentrale hatte der Handelsriese Amazon vor einem Jahr vom OLG München in Sachen „Buttonlösung“ eine Lektion erteilt bekommen. Die Münchner Richter waren mit der Gestaltung der finalen Bestellseite durch Amazon nicht einverstanden und sahen darin einen Wettbewerbsverstoß. Eine Meinung, die nun auch die Richterkollegen beim BGH in Karlsruhe teilen.

Worum geht es?

Der Marktplatzbetreiber Amazon war von der Wettbewerbszentrale abgemahnt worden, weil dieser die Gestaltung der finalen Bestellseite bei Amazon nicht schmeckte.

Denn seit dem 01.08.2012 gilt in Deutschland die sog. „Button-Lösung“, mit welcher vom Gesetzgeber sehr strenge, formelle Vorgaben für die Gestaltung der finalen Bestellseite in Onlineshops und auf Verkaufsplattformen aufgestellt wurden.

Zum einen muss seit diesem Stichtag in Shops und auf Plattformen der Button, mit dem die Bestellung ausgelöst wird mit der Bezeichnung „Zahlungspflichtig bestellen“ oder einer ähnlich eindeutigen, auf eine Zahlungsverpflichtung hinweisenden Bezeichnung versehen sein.

Zum anderen schreibt die Vorschrift des § 312j Abs. 2 BGB vor, dass die wesentlichen Merkmale der im Warenkorb befindlichen Ware(n) „unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt“ (nochmals) genannt werden müssen.

Die wesentlichen Merkmale der Ware(n) müssen daher (in klarer und verständlicher sowie hervorgehobener Weise) auf der finalen Bestellseite vollständig werden.

Die Auflistung der wesentliche Merkmale (nur) in der Artikelbeschreibung, im Warenkorb reicht nicht oder nur mittels Verlinkung reicht auch nicht.

Hintergrund ist der gewollte Schutz des Verbrauchers vor sog. „Vertragsfallen“, die zu dieser Zeit noch ein sehr großes Problem im Internet darstellten.

Urteil des OLG München

Das OLG München entschied mit Urteil vom 31.01.2019 bereits in der Berufungsinstanz, dass Amazon mit seiner Gestaltung des Checkouts gegen die gesetzlichen Vorgaben der Buttonlösung verstößt und sprach den Wettbewerbszentrale ebenso wie zuvor bereits das LG München I den begehrten Unterlassungsanspruch zu.

Eine Revision wurde vom OLG nicht zugelassen.

Details zur Entscheidung der Vorinstanz [finden Sie hier](#).

Die Entscheidung des BGH

Amazon wollte sich mit dem gerichtlichen Verbot aus München nicht zufrieden geben.

Da die Revision vom OLG nicht zugelassen worden war, musste sich Amazon im Zuge des Angriffs gegen das Urteil auf eine Nichtzulassungsbeschwerde beim BGH beschränken.

Der BGH hatte sich mit seinem Beschluss vom 28.11.2019 unter dem Az.: I ZR 43/19 mit der Nichtzulassungsbeschwerde Amazons beschäftigt. Und zwar mit schlechtem Ausgang für den Handelsriesen.

So führte der Senat u.a. aus:

“

„Die Beschwerde der Beklagten gegen die Nichtzulassung der Revision in dem Urteil des 29. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 31. Januar 2019 wird zurückgewiesen, weil die Rechtssache weder grundsätzliche Bedeutung hat noch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Revisionsgerichts erfordert (§ 543 Abs. 2 Satz 1 ZPO).

Eine Vorlage an den Gerichtshof der Europäischen Union nach Art. 267 AEUV ist nicht veranlasst, weil die von der Beklagten gewählte Gestaltung mit einem Link auf Produktdetails nur im Warenkorb zweifelsfrei nicht den gesetzlichen Vorgaben genügt, da es dabei am erforderlichen zeitlichen und räumlich-funktionalen Zusammenhang zwischen den Pflichtangaben und dem Bestell-Button fehlt (...).

Keiner Entscheidung bedarf im Streitfall die Frage, ob der wegen dieses Zusammenhangs auf der Seite mit dem Bestell-Button erforderliche Hinweis auf Produktdetails auch in Form eines Links auf diese Details erfolgen kann.“

”

Damit ist das von Amazon angefochtene Urteil nunmehr rechtskräftig.

Steilvorlage für Abmahner und Abmahnverbände

Nun ist es sozusagen „amtlich“. Der BGH stellte fest, dass die von Amazon gewählte Gestaltung des Checkouts „zweifelsfrei“ nicht den gesetzlichen Vorgaben genügt.

Dies sind schlechte Nachrichten für alle Amazon-Verkäufer, solange Amazon hier nicht nachbessert und alle weiteren Onlinehändler, die ähnliche Gestaltungen nutzen. Für Abmahner liegt nun definitiv eine gesicherte Rechtslage vor.

Im zugrunde liegenden Rechtsstreit ging es dabei primär darum, dass Amazon auf der finalen Bestellseite mit dem Bestellseiten so gut wie keine wesentlichen Merkmale der im Warenkorb befindlichen Waren genannt hatte. Zu seiner Verteidigung trug Amazon vor, dass zuvor im Warenkorb auf die jeweiligen Artikeldetailseiten verlinkt worden war.

Einer solchen Lösung wurde nun eine klare Absage erteilt, so dass für Händler, die ebenso verfahren, eine konkrete Abmahngefahr besteht.

Keine Aussage zur Verlinkung auf wesentliche Merkmale auf der finalen Bestellseite

Während das OLG München einer Verlinkung auf die wesentlichen Produktmerkmale auch auf der finalen Bestellseite noch eine klare Absage erteilt hat, hatte sich der BGH mit dieser Frage (da gar nicht streitgegenständlich) überhaupt nicht befasst.

Das OLG führte zu dieser Frage noch aus:

“

„Nach der Richtlinie 2011/83/EU, deren Umsetzung § 312 j Abs. 2 BGB dient, sollen die Informationen, auf die unmittelbar vor der Bestellung hinzuweisen ist, somit in unmittelbarer Nähe der Schaltfläche für die Bestellung angezeigt werden, was bei einer bloßen Verlinkung gerade nicht der Fall ist.

Dass die bloße Verlinkung auf die auf einer anderen Internetseite angegebenen wesentlichen Eigenschaften der Ware den Anforderungen des § 312 j Abs. 2 BGB nicht genügt, ergibt sich auch daraus, dass die Informationspflichten hinsichtlich der Angaben nach Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB mit den Informationspflichten hinsichtlich der Angaben nach Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4, 5 (Gesamtpreis) und Nr. 11 und 12 (Laufzeit des Vertrages, Mindestdauer der Verpflichtungen) identisch geregelt sind.

Dass hinsichtlich der Gesamtpreisangaben, der Vertragslaufzeit und der Mindestdauer der Vertragspflichten eine bloße Verlinkung auf diese in der Nähe des Bestellbuttons ausreichend sein sollte, ist aus Gründen des Verbraucherschutzes, dem die Regelungen dienen, fernliegend. Es mag aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit bei größeren Bestellungen - de lege ferenda - in Betracht kommen, hinsichtlich der wesentlichen Eigenschaften der Waren und Dienstleistungen auch eine Verlinkung auf andere Seiten in der Nähe der Bestellschaltfläche für ausreichend zu erachten. De lege lata genügt dies den Anforderungen nicht.“

”

Da Amazon im Rahmen der angegriffenen Gestaltung des Checkouts auf der finalen Bestellseite jedoch gar nicht auf die Artikelbeschreibungen (mit den wesentlichen Merkmalen) verlinkt hatte (sondern nur zuvor im Rahmen der Darstellung im Warenkorb), musste sich der BGH zu dieser Frage auch nicht positionieren.

Allerdings dürfte davon auszugehen sein, dass auch der BGH – müsste er sich dazu positionieren – einer bloßen Verlinkung eine Absage erteilen dürfte (schließlich bestünde dann die Gefahr, dass dem Verbraucher, der um die wesentlichen Merkmale zu sehen dann die finalen Bestellseite verlassen müsste, etwas „untergejubelt“ werden könnte).

Was kann ich als Händler nun machen?

Im eigenen Shop sollte die Devise sein, auf der finalen Bestellseite so viele Merkmale der im Warenkorb befindlichen Ware(n) direkt anzuzeigen. Im Einzelfall mag man darüber streiten können, welches Merkmal wesentlich und welches unwesentlich ist.

Der Händler fährt damit im Zweifel sicherer, wenn er dort mehr Merkmale der Ware darstellt als ggf. notwendig. Dies kann so weit gehen, dass der Händler gehalten ist, auf der finalen Bestellseite nahezu sämtlichen Angaben, die sich auf der jeweiligen Artikeldetailseite befinden, nochmals darzustellen.

Auf Plattformen wie Amazon oder eBay sind den Händlern meist die Hände gebunden, da die Gestaltung des Bestellablaufs dort allein durch den Plattformbetreiber vorgegeben wird. Setzt dieser die Buttonlösung – wie hier Amazon – nicht rechtssicher um, sind auch alle dort tätigen Händler abmahnggefährdet.

Verlinkung nicht empfehlenswert

Die Darstellung sämtlicher wesentlicher Merkmale der Ware sollte direkt auf der finalen Bestellseite erfolgen.

Eine Verlinkung auf eine Darstellung der wesentlichen Merkmale (etwa in der Form einer Verlinkung auf die jeweilige Artikeldetailseite) birgt ein großes Risiko, dass ein Gericht dann die vom Gesetz geforderte Nähe zum Bestellabschluss verneint und einen abmahnbaren Wettbewerbsverstoß bejaht.

Verdeckter Text / Popups als Lösung?

Nachdem eine Verlinkung nicht empfehlenswert erscheint, stellen sich viele Händler – schon aus Gründen der Übersichtlichkeit des Checkouts – die Frage, welche Alternativen zu einer „Volldarstellung“ der wesentlichen Merkmale in Betracht kommen.

Gerade bei mehreren Produkten im Warenkorb und technisch komplexen Waren wird eine Darstellung der wesentlichen Merkmale schnell unübersichtlich.

Eine Lösung – zu der soweit ersichtlich aber noch keine Rechtsprechung vorliegt – könnte darin bestehen, die wesentlichen Merkmale auf der finalen Bestellseite nicht gänzlich „offen“ darzustellen, sondern diese nur anzuteasern und dabei mit einer teilweise verdeckten Darstellung zu arbeiten.

Der Besteller muss dann in jedem Fall aber transparent darauf verwiesen werden, wie er sich die weiteren wesentlichen Merkmale auf der finalen Bestellseite anzeigen lassen kann.

Dies kann z.B. durch einen Hinweis wie „Für mehr wesentliche Merkmale hier klicken“ und dann ein sich aufklappender Text direkt auf der finalen Bestellseite erfolgen bzw. durch einen entsprechend bezeichneten Reiter / Tab auf der finalen Bestellseite.

Etwas weniger sicher, aber ebenfalls als Lösung könnte eine Darstellung der (restlichen) wesentlichen Merkmale im Rahmen eines Overlay-Popups in Betracht kommen, welches sich beim Klicken auf einen

transparenten Hinweis (wie gerade beschrieben) über die finale Bestellseite legt und die (restlichen) wesentlichen Merkmale anzeigt.

Fazit

Das Thema der Darstellung der wesentlichen Merkmale wird in Sachen Abmahnungen wieder in den Vordergrund rücken. Gerade die hohe Komplexität der gesetzlichen Anforderungen und die Abhängigkeit vom Einzelfall (jedes Produkt hat unterschiedliche wesentliche Merkmale) dürften dem Abmahner im Falle einer Unterwerfung quasi eine „Vertragsstrafengarantie“ liefern.

Gerade Plattform-Verkäufer sind jedoch darauf angewiesen, dass die Plattformen endlich die gesetzlichen Vorgaben einhalten. Hier gilt: „Mitgehangen, mitgefangen“. Shopbetreiber sollten darauf achten, dass ihr Shopsystem die technischen Herausforderungen auch meistern kann.

Je mehr Merkmale der im Warenkorb befindlichen Produkte der Verkäufer auf der finalen Bestellung darstellt, umso sicherer fährt er.

Sie möchten bei Amazon oder generell im Internet rechtssicher verkaufen? Werfen Sie einen Blick auf die [Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei](#).

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt