

von **Dr. Bea Brünen**

## Abmahngefahr bei Verstößen gegen Jugendschutzvorschriften

Gesetzliche Grundlage des Jugendschutzes in den elektronischen Medien bilden zwei Regelwerke: das Jugendschutzgesetz (JuSchG) und der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag der Länder (JMStV). Gemeinsames Ziel ist, dass Kinder und Jugendliche zu bestimmten Inhalten entweder gar keinen Zugang oder nur entsprechend der Altersstufen erhalten. Verstößen Online-Händler gegen Jugendschutzvorschriften kann dies grundsätzlich abgemahnt werden. Die IT-Recht Kanzlei informiert Sie im Folgenden über die wichtigsten gerichtlichen Entscheidungen zu dieser Thematik.

### A. Vorab: Nicht jeder Rechtsverstoß per se wettbewerbswidrig

Die Abmahnfähigkeit von Rechtsverstößen setzt grundsätzlich voraus, dass es sich bei der verletzen Norm um eine sogenannte markterhaltensregelnde Vorschrift im Sinne des § 3a Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) handelt. Darunter fallen solche Normen, die auch dazu bestimmt sind, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Ein Verstoß gegen die marktverhaltende Norm muss zudem geeignet sein, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen.

### B. OLG Hamm: Verstoß gegen Jugendschutzvorschriften ist keine Bagatelle

Das OLG Hamm beschäftigte sich in seinem Urteil aus dem Jahr 2006 – soweit ersichtlich – als erstes Gericht mit der Frage, ob ein Verstoß gegen Jugendschutzvorschriften abmahnfähig ist (vgl. OLG Hamm, Urteil vom 19.10.2006, Az.: 4 U 83/06). In dem zugrundeliegenden Sachverhalt produzierte und vertrieb ein Online-Händler Alcopops in Pulverform unter anderem auf seiner Internetseite. Am oberen Rand jeder Seite war der Hinweis angebracht, dass sich das Angebot nur an Erwachsene ab 18 Jahren richtet.

Das Gericht erachtete die Werbung als unlauter und damit unzulässig. Denn: Der Online-Händler hat – nach Auffassung des Gerichts – mit der Werbemaßnahme gegen § 6 Abs. 5 JMStV verstoßen. Danach darf sich Werbung für alkoholische Getränke weder an Kinder oder Jugendliche richten noch durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche besonders ansprechen. Vorliegend richte sich die Werbung jedoch insbesondere an Jugendliche, da diese Hauptabnehmer derartiger süßer Alcopos seien.

Das Gericht stellte zudem fest, dass es sich bei den Vorschriften zum Schutze der Jugend, also auch bei denen des JMStV, um Marktverhaltensregelungen zum Schutze der Verbraucher handele. Es stufte den Gesetzesverstoß auch nicht als bloße Bagatelle ein. Vielmehr sei der Verstoß geeignet, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen, da es um wichtige Belange des

Jugendschutzes gehe.

## C. BGH: Haftung eines Internet-Auktionshauses für Angebot jugendgefährdender Medien

Mit seinem Urteil vom 12.07.2007 (Az.: I ZR 18/04) setzte sich der BGH mit der Frage auseinander, unter welchen Voraussetzungen ein Internet-Auktionshaus abgemahnt werden kann, wenn auf seiner Plattform jugendgefährdende Medien angeboten werden. Im zugrundeliegenden Sachverhalt klagte der Interessenverband des Videofachhandels gegen die Betreiberin von eBay. Online-Händler hatten dort – ohne Kenntnis der Betreiberin von eBay – indizierte jugendgefährdende, volksverhetzende und gewaltverherrlichende Medien angeboten.

Das Gericht bejahte einen Wettbewerbsverstoß von eBay, auch wenn das Internet-Auktionshaus selbst nicht Anbieterin jugendgefährdender Medien ist. Konkret stellte es fest, dass eBay es unterlassen habe, durch geeignete Vorkehrungen sicherzustellen, dass es nicht zu Verstößen gegen das Jugendschutzrecht kommt. Durch die Bereitstellung ihrer Internetplattform ermögliche sie Dritten, mühelos Angebote im Internet zu veröffentlichen, die gegen das Jugendschutzrecht verstoßen. Sie habe damit in zurechenbarer Weise die ernsthafte Gefahr einer Verletzung des Jugendschutzrechts durch Dritte verursacht.

Das Verbot des Versandhandels mit derartigen jugendgefährdenden Medien beeinträchtige – so das Gericht – auch wettbewerblich geschützt Interessen der Verbraucher im Sinne des § 3 UWG a. F. Die Beschränkung des Versandhandels mit indizierten Medien diene insbesondere dem Schutz der Kinder und Jugendlichen, bei denen es sich um besonders schutzwürdige Verbraucher handle. Die erhebliche Bedeutung dieses Jugendschutzes finde zudem Ausdruck in der strafrechtlichen Ahndung von Zuwiderhandlungen gegen das Verbot des Versand- und damit auch Internethandels mit derartigen Medien.

## JUGENDSCHUTZBEAUFTRAGTER DER IT-RECHT KANZLEI

- ✓ Schnell & einfach, inkl. Logo
- ✓ Betreut durch spezialisierten Rechtsanwalt
- ✓ Erfüllung Ihrer gesetzl. Pflichten nach § 7 JMStV

[JETZT BESTELLEN](#)



## D. LG München: Wettbewerbsverstoß von auf pornografischen Webseiten werbender Telefondienstleisterin

In dem vom LG München zu entscheidenden Streitfall klagte ein Interessenverband des Video- und Medienfachhandels gegen eine Telefondienstleisterin (vgl. Urteil vom 25.02.2008, Az.: 11 HK O 21494/07; 11 HK O 21494/07). Die Telefondienstleisterin schaltete Vermittler ein, die wiederum für diese auf verschiedenen Internetseiten Werbung platzierten. Mehrere Werbebanner wurden auf Internet-Tauschbörsen geschaltet, auf denen unter anderem auch pornografische und jugendgefährdende Medien angeboten wurden.

Die Richter des LG München bejahten einen Wettbewerbsverstoß der Telefondienstleisterin und untersagten ihr, Eigenwerbung auf den illegalen Tauschbörsen zu schalten. Da die streitgegenständlichen Internetseiten nachweislich jugendgefährdende Inhalte bereithielten, wurden diese unter Verstoß gegen § 15 Abs. 1 und 2 JuSchG auch Minderjährigen zugänglich gemacht. Zwar hat die Telefondienstleisterin die Werbebanner nicht selbst geschaltet, sondern lediglich ihre Vermittler mit der Platzierung beauftragt.

Die Telefondienstleisterin müsse sich die von ihren Vermittlern begangenen Zuwiderhandlungen jedoch zurechnen lassen. Insbesondere könne sie sich auch nicht durch die mit ihren Werbeagenturen abgeschlossenen Vereinbarungen entlasten, dass Werbung auf Webseiten mit pornografischem oder in anderer Form jugendgefährdendem Inhalt nicht erfolgen darf.

## E. OLG Hamburg: Vorschriften zum Schutze der Jugend als Marktverhaltensregeln

In dem Streitfall klagte ein Online-Händler gegen einen Mitbewerber, der in seinem Shop unter anderem das in die Liste der jugendgefährdenden Medien aufgenommene Spiel „50 Cent Bulletproof“ anbot (Urteil vom 02.04.2008, Az.: 5 U 81/07).

Das OLG Hamburg bejahte einen Wettbewerbsverstoß des Shop-Betreibers. Es stellte fest, dass der Händler durch das Angebot des streitgegenständlichen Computerspiels gegen Jugendschutzvorschriften, konkret gegen § 15 Abs. 1 Nr. 6 JuSchG, verstoßen hat. Denn – so das Gericht – Vorschriften zum Schutze der Jugend stellen Marktverhaltensregelungen zum Schutze der Verbraucher dar. Zudem werde der Wettbewerb im Sinne von § 3 UWG a. F. zum Nachteil der Verbraucher nicht nur unerheblich beeinträchtigt.

Auch das OLG Hamburg verwies, wie bereits der BGH in der oben zitierten Entscheidung, darauf, dass die Beschränkung des Versandhandels mit indizierten Medien insbesondere dem Schutz der Kinder und Jugendlichen diene und es sich bei diesen um besonders schutzwürdige Verbraucher handele. Die erhebliche Bedeutung dieses Jugendschutzes finde seinen Ausdruck in der strafrechtlichen Ahndung von Zuwiderhandlungen gegen das Verbot des Versand- und damit auch Internethandels mit derartigen Medien.

## F. OLG Frankfurt: Identitätsprüfung bei Angabe eines Phantasienamens als Versandadresse

In dem vom OLG Frankfurt zu entscheidenden Fall klagte ein Shop-Betreiber gegen einen Konkurrenten, der in seinem Shop Film-DVDs und Videospiele anbot (Urteil vom 07.08.2014, Az.: 6 U 54/14). Der klagende Online-Händler erwarb eine Film-DVD, die über eine FSK-Freigabe ab 12 Jahren, sowie ein Computerspiel, das über die Alterskennzeichnung „USK ab 18 Jahren“ verfügte. Dabei gab er als Empfänger bei der Versandadresse einen Phantasienamen an, der seinem Account-Namen entsprach. Zwar wurde für die Artikel die Versandart „Spezialversand für Artikel ohne Jugendfreigabe“ gewählt. Jedoch händigte der Paketdienst dem Kläger die Produkte ohne vorherige Durchführung einer Altersüberprüfung aus.

Die Richter des OLG Frankfurt stellten fest, dass der Shop-Betreiber gegen Wettbewerbsrecht verstoßen hat, indem er die Produkte online anbot, ohne sicherzustellen, dass der Versand nicht an Kinder oder Jugendliche erfolgt. Ein den Anforderungen genügendes Altersverifikationssystem setze zum einen eine zuverlässige Altersverifikation vor dem Versand der Medien voraus. Zum anderen müsse auch sichergestellt sein, dass die abgesandte Ware nicht von Minderjährigen in Empfang genommen wird. So sei für den streitgegenständlichen Artikel zwar die oben beschriebene Versandart „Spezialversand für Artikel ohne Jugendfreigabe“ gewählt worden. Der Empfänger musste entsprechend der AGB des Shop-Betreibers persönlich anwesend sein, um die Lieferung entgegen zu nehmen. Seine Identität und Volljährigkeit würden überprüft. Das Problem im zugrundeliegenden Streitfall: Eine Identitätsprüfung

zwischen Besteller und Empfänger sei – so das Gericht – aber von vornherein nicht möglich, wenn als Empfänger in der Versandadresse nur eine Phantasiebezeichnung angegeben wird. Im Streitfall wies die Versandadresse als Empfänger den Accountnamen des Antragstellers aus. Ein solches Benutzerkonto konnte jedoch auch von Minderjährigen eingerichtet werden.

Der Shop-Betreiber konnte sich auch nicht damit entlasten, dass der Postzusteller nach den Shop-AGB die Auslieferung eigentlich verweigern müsste, wenn bei einer mit „Spezialversand“ gekennzeichneten Sendung der Name der Lieferanschrift nicht mit dem Namen auf dem Personalausweis des Empfängers übereinstimmt. Hierbei handele es sich schon um keine ausreichende Vorkehrung zur Vermeidung eines Versands an Jugendliche. Vielmehr müsste sichergestellt sein, dass eine Sendung gar nicht erst auf den Weg gebracht wird, wenn als Empfänger erkennbar keine natürliche Person, sondern eine Phantasiebezeichnung angegeben ist.

## **G.OLG Stuttgart: Identitätsüberprüfung bei Versand muss tatsächlich stattfinden**

Das OLG Stuttgart beschäftigte ein ähnlich gelagerter Streitfall: Der Shop-Betreiber klagte gegen einen Konkurrenten, der bei eBay eine DVD angeboten hatte, die für Jugendliche nicht freigegeben war (Beschluss vom 22.02.2018, Az.: 2 W 37/17). Der Shop-Betreiber bestellte diese DVD bei einem Testkauf. Der Versand der DVD erfolgte daraufhin per einfachem Brief, obwohl im Internet-Angebot angekündigt wurde, dass ein Mitarbeiter des Paketdienstes bei Übergabe der Sendung die Identität und das Alter des Empfängers prüfen werde.

Auch das OLG Stuttgart verwies darauf, dass Jugendschutzvorschriften Marktverhaltensregelungen im Sinne von § 3a UWG darstellen. Nach den jugendschutzrechtlichen Bestimmungen dürfen Bildträger mit der Kennzeichnung „Keine Jugendfreigabe“ über den Versandhandel nur angeboten oder überlassen werden, wenn durch technische oder sonstige Vorkehrungen sichergestellt ist, dass kein Versand an Kinder und Jugendliche erfolgt. Indem der Shop-Betreiber den Film per einfachem Brief versandte, habe er gegen diese Vorschriften verstoßen. Ein unzulässiges Angebot liege auch dann vor, wenn die Ankündigung der Identitätsprüfung zwar ordnungsgemäß ist, tatsächlich aber nicht durchgeführt wird.

## **H.LG Bochum: Altersprüfung beim Online-Verkauf von Alkohol**

In dem vom LG Bochum zu entscheidenden Streitfall betrieb ein Händler einen Online-Shop, in dem er Rum und andere Spirituosen anbot (Urteil vom 23.01.2019, Az.: 13 O 1/19). Auf der Seite wies der Händler darauf hin, dass er seine Waren lediglich an volljährige Personen versende. Eine Altersverifikation führte er jedoch nicht durch.

Das Gericht stellte fest, dass der Händler durch die Abgabe von alkoholischen Getränken ohne Durchführung einer Altersverifikation gegen § 9 Abs. 1 JuSchG verstoße. Dieser verbiete die Abgabe von Bier, Wein, weinähnlichen Getränken oder Schaumwein an Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren und die Abgabe anderer alkoholischer Getränke an Kinder und Jugendliche, also an Personen unter 18

Jahren „in der Öffentlichkeit“. Unter den Begriff „Öffentlichkeit“ falle – so das Gericht – auch die Abgabe im Fernabsatz. Der Shop-Betreiber müsse daher sicherstellen, dass die Kunden bei der Bestellung das erforderliche Alter haben und ferner Sorge dafür tragen, dass die altersbeschränkten Produkte nur an Erwachsene bzw. über 16-jährige Personen ausgehändigt werden. Ein bloßer Hinweis im Online-Shop, dass die Waren lediglich an volljährige Personen versendet werden, genüge nicht.

## I. Fazit

Die dargestellte Rechtsprechung zeigt, dass die Einhaltung von Jugendschutzvorschriften bei Online-Händlern ganz oben auf der Agenda stehen sollte. Über künftige Rechtsprechung zu dieser Problematik hält Sie die IT-Recht Kanzlei selbstverständlich auf dem Laufenden.

Die IT-Recht Kanzlei bietet Ihnen die [Stellung eines Jugendschutzbeauftragten](#) an! Lesen Sie mehr zu [unserem Angebot!](#)

Autor:

**Dr. Bea Brünen**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)