

von Katharina Putz

OLG Frankfurt a.M.:

Fernabsatz-Informationspflichten bei verbindlicher Online-Reservierung

Bei Abschluss von Kaufverträgen im elektronischen Geschäftsverkehr treffen den Händler etliche Informationspflichten, das steht unstreitig fest. Das OLG Frankfurt a.M. hat sich in seinem Urteil vom 28.01.2021 (Az.: 6 U 181/19) damit auseinandergesetzt, ob diese Informationspflichten auch abseits des klassischen Online-Kaufs etwa auch dann zu erfüllen sind, wenn der Händler den Kunden auf seiner Internetseite die Möglichkeit einer Online-Reservierung anbietet. Lesen Sie mehr zur Entscheidung.

I. Der Sachverhalt

Die Klägerin vertreibt stationär in Ihrem Ladengeschäft und im Wege des Fernabsatzes Whirlpools, Saunen und Wannen.

Die Beklagte bewarb auf Ihrer Internetseite einen Whirlpool für knapp 39.000€ vor dem offiziellen Verkaufsstart. Hierbei räumte Sie ihren Kunden die Möglichkeit ein, den Whirlpool vorab zu reservieren.

Dafür stellte die Beklagte auf der Website ein Kontaktformular zur Verfügung. Der Kunde konnte hierbei zwischen einer "verbindlichen" Reservierung mit zehn Prozent Nachlass oder einer "unverbindlichen" Reservierung mit fünf Prozent Rabatt wählen.

Nach dem Absenden des ausgefüllten Formulars erhielt der Kunde eine Bestätigungs-E-Mail mit "wichtigen Informationen", die er für die Reservierung bestätigen sollte. Unter anderem waren darin auch Allgemeine Geschäftsbedingungen enthalten. Der Erhalt einer solchen Mail war für Kunden vorher nicht erkennbar.

Aus den AGB ging hervor, dass mit der Reservierung alleine noch kein Vertrag geschlossen worden sei. Ein verbindlicher Vertragsschluss sollte erst durch ein persönliches Gespräch im Ladengeschäft der Beklagten zustande kommen.

In diesem Vorgehen sah die Klägerin einen Verstoß der Beklagten gegen die bestehenden Informationspflichten im Fernabsatzrecht gegenüber dem Verbraucher aus § 312d Abs. 1 i.V.m. Art. 246a

EGBGB und § 312i BGB i.V.m. Art. 246c EGBGB, insbesondere über die Art und Weise des Zustandekommens des Vertrages und über das Verbraucherwiderrufsrecht im Fernabsatz.

Wegen der Regelung innerhalb Ihrer AGB berief sich die Beklagte darauf, dass schon kein Fernabsatzvertrag vorliegen könne. Ein Vertrag, egal ob verbindliche oder unverbindliche Reservierung, komme erst nach einem persönlichen Gespräch im Laden zustande.

Außerdem sei aus dem Bestellprozess klar ersichtlich, dass erst im Bestätigen der E-Mail durch den Kunden ein verbindliches Angebot von diesem an die Beklagte gesehen werden könne. Die Informationspflichten gegenüber dem Verbraucher träfen sie nicht, da schon kein Fernabsatzvertrag vorliege. Im Übrigen berief sich die Beklagte dabei auf die Regelungen in Ihren AGB.

II. Die Entscheidung

Mit Urteil vom 28.01.2021, Az.: 6 U 181/19 entschied das Oberlandesgericht Frankfurt am Main, dass in der verbindlichen Reservierung über das auf der Internetseite bereitgestellte Kontaktformular bereits ein Vertragsschluss zu sehen sei. Damit habe die Beklagte Ihre fernabsatzrechtlichen Verbraucherinformationspflichten nach §312d Abs. 1 BGB nicht erfüllt.

Fernabsatzverträge seien nach §312c Abs. 1 BGB Verträge, bei denen der Unternehmer und der Verbraucher für die Vertragsverhandlungen ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwenden. Auszunehmen sei davon der Vertragsschluss, wenn er nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolge.

Hier musste das OLG Frankfurt klären, ob der Beklagte mit der Reservierungsmöglichkeit auf seiner Website einen Vertragsschluss anbot oder ob ein Vertragsschluss nicht über das Internet erfolgte.

In die Beurteilung, ob ein Fernabsatzvertrag vorliege, sei nicht nur der Vertragsschluss selbst, sondern auch der Prozess der Vertragsanbahnung mit einzubeziehen. Im Ausfüllen der verbindlichen Reservierung auf der Internetseite des Beklagten sei ein Angebot zum Abschluss eines Kaufvertrages zu sehen. Das Wort "Reservierung" ändere daran nichts. Die Annahme des Angebots durch die Beklagte liege in der E-Mail, in der die Reservierung bestätigt werde.

Daran würden auch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten nichts ändern. Darin führe sie zwar aus, dass mit der Reservierung noch kein Vertrag zustande komme, sondern erst durch ein persönliches Gespräch im Ladengeschäft.

Diese AGB seien aber nicht wirksam in den Vertragsschluss mit einbezogen, da der Kunde diese erst bei der Annahmeerklärung der Beklagten mit den "wichtigen Informationen", nicht aber im Zeitpunkt seiner Reservierung erhalte.

Zudem ist das OLG der Ansicht, dass die AGB der Beklagten auch bei wirksamer Einbeziehung nicht Vertragsbestandteil geworden wären, da sich beim Umstand des Vertragsschlusses erst im Ladengeschäft um eine sogenannte überraschende Klausel nach §305c Abs. 1 BGB handele.

Eine solche Klausel liege vor, wenn sie nach den Umständen so ungewöhnlich sei, dass der Vertragspartner des Verwenders mit dieser nicht zu rechnen brauche.

Hier erwarte der Kunde, dass er bereits mit der verbindlichen Reservierung einen Kaufvertrag mit zehn Prozent Rabatt abschließe. Mit einer Klausel, die dies widerlege, brauche er den Umständen nach nicht zu rechnen.

Zusätzlich liege in der Formulierung der AGB durch die Beklagte eine unzulässige Umgehung nach §312k BGB vor. Die Vorschriften zu Verbraucher- und Fernabsatzverträgen dürften nicht durch Vertragsgestaltung umgangen werden, nach denen die Verbraucherrechte im elektronischen Geschäftsverkehr ausgehebelt würden. Durch die Aufspaltung des Vertrags in einen fernkommunikativen und einen stationären Teil im Ladengeschäft geschehe dies aber im vorliegenden Fall.

Irrelevant sei dabei auch, dass die Beklagte mit der Reservierungsmöglichkeit gar keinen Vertragsschluss habe bezwecken wollen. Entscheidend sei, wie diese Möglichkeit vom durchschnittlichen Verbraucher wahrgenommen werde.

Dass mit der verbindlichen Reservierungsmöglichkeit ein Fernabsatzvertrag geschlossen werde, habe zur Folge, dass die Beklagte zur Erfüllung der Informationspflichten des §312d BGB verpflichtet sei. Diese müssten vor der Vertragserklärung des Verbrauchers erfüllt werden, Art. 246a §4 Abs. 1 EGBGB.

Welche Informationspflichten im Fernabsatz gelten und wie diese umzusetzen sind, hat die IT-Recht Kanzlei [hier](#) zusammengetragen.

III. Fazit

Die Entscheidung des OLG Frankfurt a.M. zeigt, dass die Regeln des Fernabsatz, die damit verbundenen Verbraucherrechte und die unternehmerischen Informationspflichten nicht nur den klassischen, reinen Online-Händler treffen, der über das Internet Waren zum Direktkauf anbietet. Vielmehr greifen die "Spielregeln" des elektronischen Geschäftsverkehrs bereits dann ein, wenn Produkte im Internet für den Verbraucher ersichtlich verbindlich reserviert werden können.

Wird für Waren eine Reservierungsmöglichkeit angeboten, sollten Händler zwingend prüfen, ob im jeweiligen Reservierungsmodell bereits der Abschluss eines Fernabsatzvertrages zu sehen und damit der Katalog an Informationspflichten zu erfüllen ist. Dies gilt etwa zwingend bei **"Click&Collect"-Modellen**.

Unbedingt zu beachten ist auch, dass ein Vertragsschluss im Fernabsatz nicht durch willkürliche Klauseln zum Zustandekommen des Vertrages in AGB ausgehebelt werden kann. Wer also die verbindliche Produktreservierung anbietet, kann sich nicht auf Klauseln berufen, bei denen erst ein persönliches Erscheinen des Verbrauchers im Ladengeschäft den Vertragsschluss herbeiführt.

Autor:

Katharina Putz

Wissenschaftliche Mitarbeiterin