

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

## „Blitzversand“ im Online-Handel – wann ist diese Werbung zulässig?

Viele Online-Händler bedienen sich zur Bewerbung ihrer Angebote bestimmter Schlagworte, welche nicht nur besondere qualitative oder preisliche Vorteile, sondern vor allem auch einen überdurchschnittlichen Service implizieren sollen. In Anlehnung an die besonderen Kaufabwicklungsdienstleistungen der Internetriesen amazon und Co. erfreut sich zurzeit die Angabe „Blitzversand“ großer Beliebtheit, birgt aber gleichzeitig ein hohes Abmahnrisiko. Der folgende Beitrag stellt dar, unter welchen Voraussetzungen mit einem „Blitzversand“ rechtssicher geworben werden kann.

### I. Bedeutung und Verkehrsverständnis

Die werbende Hervorhebung eines Angebots mit dem Schlagwort „Blitzversand“, welches vielfach bereits in der Artikelbezeichnung als Blickfang prägnant präsentiert wird, ist auf den ersten Blick mehrdeutig und vermag so dem Verbraucher in zweierlei Hinsicht besondere positive Charakteristika zu signalisieren.

#### a) Blitzlieferung oder Blitzversand?

Zum einen nämlich könnte die Angabe als eine Gewährleistung dafür aufgefasst werden, dass der betreffende Artikel den Verbraucher blitzartig, also überdurchschnittlich schnell, erreicht. Zum anderen aber ist auch ein Verständnis dahingehend möglich, dass die Ware nur das Lager des Unternehmers eilends verlässt und mithin die Zustellung umgehend eingeleitet wird.

Im ersteren Fall ginge mit der Werbung zugleich eine Übernahme der Verantwortung dafür einher, dass die bestellte Ware in unmittelbarem zeitlichem Zusammenhang zur Bestellung beim Verbraucher ankommt. In letzterem Fall dürfte dahingegen vernünftigerweise nur davon ausgegangen werden, dass eine Lieferung aufgrund der beschleunigten Kaufabwicklung zwar alsbald erfolgen wird, der Unternehmer mit dem Schlagwort jedoch keine Aussage über die zeitlichen Modalitäten der Zustellung in der Sphäre des Lieferdienstes treffen wollte und sich der Service lediglich auf eine blitzartige Abfertigung der Bestellung, nicht aber auch auf eine expressähnliche Lieferung bezieht.

Das der Angabe zugrunde zu legende Verkehrsverständnis ist von elementarer Bedeutung, weil sich allein aus diesem die rechtlichen Voraussetzungen herleiten lassen, unter denen mit einem „Blitzversand“ in zulässiger Weise geworben werden kann. Nach der Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise beurteilt sich nämlich das Irreführungspotenzial einer Angabe und mithin die Feststellung darüber, ob sie wegen Täuschungseignung oder Unrichtigkeit als unlauter im Sinne des §5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG zu qualifizieren ist.

Geht man nun unter Berücksichtigung der Interessenlage und dem Verständnishorizont eines durchschnittlich informierten und aufmerksamen Verbrauchers vom Wortlaut des Begriffs „Blitzversand“ aus, kann diesem nur entnommen werden, dass der Unternehmer hiermit für die schnellstmögliche Abfertigung der Bestellung werben will und garantiert, die Lieferung unverzüglich einzuleiten. Eine weitergehende Versicherung dahingehend, dass auch die Lieferung selbst blitzartig erfolgt, ist nicht angelegt und kann vernünftigerweise auch deshalb nicht geleistet werden, weil sich etwaig eintretende Verzögerungen beim Transportdienstleister regelmäßig seiner Kontrolle und Einflussnahme entziehen.

Für die Beurteilung der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit einer Werbung mit dem Wort „Blitzversand“ ist also allein darauf abzustellen, ob der Unternehmer tatsächlich Vorkehrungen getroffen und im konkreten Fall genutzt hat, welche die unmittelbare Einleitung der Lieferung ermöglichen.

Anders verhielte es sich indes bei der Verwendung des Wortes „Blitzlieferung“. Hier wäre der Unternehmer ob des Wahrheitsgehaltes der Aussage nach §5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG auch daran festzuhalten, ob die Lieferung überdurchschnittlich schnell zugestellt wird.

## b) „Blitzartigkeit“ abhängig von Zahlungsart

Ist das heranzuziehende Verständnis der werbenden Angabe festgelegt, stellt sich sodann die Frage, nach welchen Kriterien die Blitzartigkeit der Bestellabfertigung zu bemessen ist.

Grundsätzlich sind die Kaufabwicklung und damit die Einleitung des Versandes an ein bestimmtes Ereignis geknüpft, welches vom Unternehmer zu bestimmen ist.

In den meisten Fällen wird dies im Online-Handel die Zahlung des Kaufpreises durch den Verbraucher sein, der in Vorkasse leistet und nach Eingang der Geldes beim Unternehmer mit dem Versand rechnen kann. In derlei Fällen ist maßgeblicher Anknüpfungspunkt für die Beurteilung, ob ein Versand tatsächlich auch blitzartig erfolgt, mithin der Eingang der Zahlung beim Händler.

Wird jedoch vertraglich eine abweichende Zahlungsart vereinbart, die eine nachträgliche Entrichtung des Kaufpreises durch den Verbraucher vorsieht, ist der Unternehmer zur Vorleistung verpflichtet und muss den Versand mithin unabhängig vom Geldeingang einleiten. Ist so eine Zahlung auf Rechnung oder Nachnahme festgelegt, löst bereits der (elektronische) Vertragsschluss die Frist aus, binnen derer der Blitzversand zu erfolgen hat.

## II. Das Unmittelbarkeitserfordernis beim Blitzversand

Ist ein Angebot mit dem Zusatz „Blitzversand“ gekennzeichnet, darf der Verbraucher davon ausgehen, dass der Unternehmer die Ware schnellstmöglich, also unmittelbar versendet. Zwischen maßgeblichem Anknüpfungspunkt (Zahlungseingang bei Vorkasse, Bestellung bei Rechnung/Nachnahme) und Übergabe an ein Transportunternehmen muss also ein enger zeitlicher Zusammenhang bestehen.

Leitet der Unternehmer dahingehen den Versand nicht unverzüglich ein, sondern behält sich ein gewisses Zeitfenster vor, führt er den bestellenden Verbraucher über den Zeitpunkt der Erbringung seiner beworbenen Dienstleistung nach §5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG in die Irre.

Welcher Zeitrahmen eingehalten werden muss, um der angepriesenen Unmittelbarkeit zu genügen,

wurde in der Rechtsprechung bisher kaum thematisiert.

Einzig die Rechtsauffassung des LG Frankfurt a.M. ist bekannt, das es für die Zulässigkeit der Werbung mit einem „Blitzversand“ für erforderlich hielt, dass der Versand noch am Tag des Zahlungseingangs erfolge (Urteil v. 11.05.2011 – Az. 3-08 O 140/10).

Überträgt man die Wertung des Landgerichts auf den Fall der nachgelagerten Zahlung durch den Verbraucher, so ist die Werbung mit einem „Blitzversand“ dann unzulässig, wenn der Versand nicht am Tag der Bestellung erfolgt.

Diese Fristsetzung erscheint angemessen, weil ein beworbener Blitzversand dem Verbraucher ein wesensgleiches Plus zur normalen Bestellabfertigung und Versandübergabe suggeriert und sich so zeitlich von den üblichen Versandmodalitäten unterscheidet. Nimmt aber bereits ein regulärer gewerblicher Versand nicht mehr als 2 (Werk-)Tage in Anspruch, so muss sich ein Händler, der mit einer blitzartigen Aufgabe der Lieferung wirbt und mithin auch die Verantwortlichkeit für eine solche übernimmt, an der Tagesablauffrist festhalten lassen.

### III. Versteckte Zusatzbedingungen unzulässig

Weil die Übergabe der bestellten Ware an das Transportunternehmen bei der Werbung mit einem „Blitzversand“ nach dem Verkehrsverständnis unmittelbar zu erfolgen hat, darf vernünftigerweise davon ausgegangen werden, dass die Inanspruchnahme der Dienstleistung nicht von weiteren Bedingungen abhängig gemacht wird.

Wird in räumlicher Distanz zum werbenden Schlagwort darauf hingewiesen, dass der Blitzversand nur unter bestimmten Voraussetzungen gewährt wird, liegt grundsätzlich eine unzulässige Irreführung vor, weil zusätzliche Beschränkungen nicht erwartet werden können.

#### a) Zusätze in der Artikelbeschreibung

So entschied das LG Frankfurt a.M. (Urteil v. 11.05.2011 – Az. 3-08 O 140/10) für die Werbung eines Online-Händlers mit dem Wort „Blitzversand“ in der Artikelbezeichnung, welcher sodann in der Artikelbeschreibung besondere Konditionen für die Versandart aufstellte.

Dort fand sich folgende Konkretisierung:

“

„Sofortlieferung für unsere Kunden aus Deutschland! Bei Rechnungsbeträgen unter 300,00 € haben Sie die Möglichkeit die Ware unter folgenden Bedingungen und Voraussetzungen als Sofortlieferung zu erhalten:

Wenn Ihr eBay-Mitgliedsprofil mehr als 20 positive Bewertungen aufweist und keine negativen Bewertungen zum Thema Zahlungen vorliegen, reicht uns eine kurze Info in der Kaufabwicklung, dass die Überweisung veranlasst wurde oder sofort veranlasst wird. Wir werden die Ware dann sofort versenden!

Alle anderen deutschen Mitglieder können uns eine Zahlungsbestätigung

(Kopie/Screenshot der Überweisung) per E-Mail oder Fax zusenden, auch dann versenden wir die Ware sofort! Das ist echter ‚BLITZVERSAND‘, oder nicht?“

”

Das Landgericht postulierte, dass ein Verbraucher beim Lesen des Begriffs „Blitzversand“ die bloße unverzügliche Einleitung der Zustellung erwarte, und die Inanspruchnahme der Dienstleistung gerade nicht von der Einhaltung persönlicher und bestellwertbezogener Anforderungen abhängig mache.

Definiere der Händler den Begriff des Blitzversandes aber mit zusätzlichen Vorgaben, rufe dies beim Verbraucher eine Fehlvorstellung hervor und veranlasse ihn, sich auf das Angebot einzulassen, ohne zu wissen, dass für Versand eventuell gar nicht „qualifiziert“ sei.

## b) Unvorhersehbare Bedingungen in den AGB

Die obige Rechtsauffassung zugrunde gelegt, dürfte es eben so unzulässig sein, vom Verkehrsverständnis des „Blitzversandes“ abweichende Konditionen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu verankern, in denen mit Einschränkungen bei Inanspruchnahme oder Vorgaben an bestimmte Käufereigenschaften regelmäßig nicht zu rechnen ist.

Tatsächlich sollen insofern bereits einzelne Online-Händler wegen irreführender Werbung mit dem Begriff abgemahnt worden sein, die nicht zu erwartende Zusatzbedingungen für die Dienstleistung in ihren AGB bereithielten.

## c) Zulässigkeit bei Sternchenhinweis

Im gleichen Zuge, wie es das Geschäftsgebaren des Online-Händlers für irreführend erklärte, zeigte das LG Frankfurt auf, inwiefern zusätzliche Bedingungen beim Blitzversand rechtskonform aufgestellt werden können.

Da sich das Irreführungspotenzial einer Aussage stets am konkreten (nicht am abstrakten) Verkehrsverständnis bemesse, können etwaige Zusatzinformationen, auf die der Verbraucher reagieren und an die er seine Auffassung anpassen kann, die Täuschungseignung ausschließen. Erforderlich ist aber, dass sie in unmittelbarem Zusammenhang zur fraglichen Angabe wahrgenommen werden können. Sternchenhinweise oder Ordnungszahlen sollen dies gewährleisten.

Wird mit einem Blitzversand geworben, dessen Inanspruchnahme zusätzlichen Voraussetzungen unterliegt, begründen diese keine Irreführung, wenn mit einem Sternchen oder einem anderen eindeutigen Symbol hinter dem Wort „Blitzversand“ auf die Auffindbarkeit weiterer Informationen an anderer Stelle hingewiesen wird.

Ergeben sich weitere Konditionen aus der Artikelbeschreibung, können diese unter deutlicher Darstellung des Bezugssymbols dort angelegt werden.

Lassen sich die Zusatzbedingungen erst in den AGB finden, wäre spätestens innerhalb der Artikelbeschreibung ein unmissverständlicher und klarer Hinweis, etwa mit dem Wortlaut

“

„\* weitere Bedingungen zur Inanspruchnahme des Blitzversandes in unseren AGB, Ziffer X“

”

anzuführen.

## IV. Blitzversand setzt Verfügbarkeit der Ware voraus

Wirbt ein Online-Händler mit einem Blitzversand, so bewirbt er nach dem heranzuziehenden Verkehrsverständnis nicht nur seine Bereitschaft zur sofortigen Versandinleitung, sondern statuiert zudem, dass er zu einer solchen auch tatsächlich in der Lage ist.

Dies ist indes nur der Fall, wenn der Händler bei Vorkasse im Zeitpunkt des Zahlungseingangs, bei Zahlung auf Rechnung/Nachnahme bei der Bestellung die angeforderte Ware auch tatsächlich vorrätig hält. Nur dann ist nämlich gewährleistet, dass er den Versand unverzüglich einleiten kann.

Ist dahingegen zunächst eine Nachbestellung erforderlich oder wartet der Händler seinerseits noch auf die Auffüllung seines Sortiments, begeht er mit der „Blitzversand“-Werbung regelmäßig eine Irreführung (LG Aschaffenburg, Urteil v. 19.08.2014 – Az. 2 HK O 14/14).

Immerhin muss der Verbraucher davon ausgehen, dass der Händler auf derartige Anpreisungen verzichtet, wenn Umstände vorliegen, die einen unmittelbaren Versand verhindern.

Das Wort „Blitzversand“ enthält begrifflich die Ausweisung einer „sofortigen Lieferbarkeit“.

## V. Fazit

Mit einem Blitzversand darf im Online-Handel nur unter spezifischen Voraussetzungen geworben werden, die durch das Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise bedingt werden. Zwar waren die Zulässigkeitsfragen bei der Verwendung des Schlagwortes bisher selten Gegenstand von gerichtlichen Entscheidungen. Allerdings lassen sich dennoch folgende Grundsätze aufstellen:

1) Ein Blitzversand setzt voraus, dass die Übergabe an das Versandunternehmen noch an dem Tag erfolgt, an dem

- im Falle der Vorkasse die Zahlung beim Händler eingeht oder
- im Falle einer Vorleistung des Händlers die Bestellung durch den Verbraucher erfolgt

2) Zusätzliche Beschränkungen oder Bedingungen bei der Inanspruchnahme des Blitzversandes sind nur zulässig, wenn der Verbraucher auf deren Existenz beim Lesen der Werbung (etwa mittels eines Sternchens oder einer Ordnungszahl) eindeutig hingewiesen wird

3) Die Werbung mit einem Blitzversand setzt voraus, dass die so angepriesene Ware tatsächlich verfügbar ist. Wartet der Händler seinerseits auf Aufstockungslieferungen, ist ein unmittelbarer Versand nicht gewährleistet und mithin eine Irreführung zu bejahen.

Sie haben Fragen zur Werbung mit Versanddienstleistungen oder zur weitergehenden rechtssicheren

Gestaltung ihres Online-Auftritts ? Wir beraten Sie gerne!

Autor:

**RA Phil Salewski**

Rechtsanwalt