

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

## FAQ zu den aktuellen technischen Änderungen bei DaWanda

Bei der Online-Verkaufsplattform DaWanda gab es zuletzt einige technische Umstellungen, die sich insbesondere auf die Darstellung der Verkaufsangebote auswirken und bei einigen DaWanda-Verkäufern rechtliche Fragen aufgeworfen haben. Die IT-Recht Kanzlei hat die Fragen von DaWanda-Verkäufern gesammelt und beantwortet sie im Rahmen der nachfolgenden FAQ. Dabei kann bereits vorneweg Entwarnung gegeben werden: Große Risiken bestehen nicht, die Gefahr von rechtlichen und damit letztlich kostspieligen rechtlichen Schwierigkeiten droht kaum.

### I. Fragen zu den rechtlichen Auswirkungen der technischen Änderungen

#### 1. Ist es rechtlich zulässig, dass nach der Umstellung nur noch ein Teil der Artikelbeschreibung bei DaWanda angezeigt wird und der Kunde zur vollständigen Ansicht auf einen Button klicken muss?

Grundsätzlich ist dies kein Problem, solange Angaben wie der (Gesamt-)Preis, der Grundpreis und die Tatsache, dass Versandkosten hinzukommen, weiterhin unmittelbar angezeigt werden, wie es tatsächlich auch noch der Fall ist.

#### 2. Hätte DaWanda die Verkäufer nicht vorab über die technischen Änderungen informieren müssen?

Über technische Änderungen muss nur dann rechtzeitig vorab informiert werden, wenn und soweit die Mitglieder dadurch aktiv etwas verändern müssen, um rechtlichen Anforderungen gerecht zu werden. Ist dies nicht der Fall, bedarf es auch keiner vorzeitigen Information, auch wenn eine solche zur allgemeinen Transparenz und Vermeidung von Verwirrungen sicherlich sinnvoll ist.

### 3. Durch die Änderung der Artikelansicht werden bei DaWanda die Zahlungs- und Lieferkosten nun neuerdings zumeist vollständig ausgeblendet. Ist dies rechtlich zulässig oder müssen diese Informationen unmittelbar einsehbar sein?

Dies ist rechtlich zulässig. Nach § 312d Absatz 1 Satz 1 BGB in Verbindung mit Artikel 246a § 1 Absatz 1 Nr. 4 und Nr. 7, § 4 EGBGB (Abkürzung für das Einführungsgesetz zum BGB) ist ein Unternehmer bei einem Verbrauchervertrag verpflichtet, den Verbraucher vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in klarer und verständlicher Weise u.a. Informationen über die Versandkosten bzw. ihre Berechnung sowie über die Lieferbedingungen zu geben. Nach der Rechtsprechung des BGH (Urteil vom 16. Juli 2009, Az. I ZR 50/07) genügt es hierzu, wenn unmittelbar bei der Werbung für das Produkt ein Hinweis „zzgl. Versandkosten“ erfolgt, solange sich bei Ansteuern oder Anklicken dieses Hinweises ein Fenster mit einer übersichtlichen und verständlichen Erläuterung der allgemeinen Berechnungsmodalitäten für die Versandkosten öffnet und außerdem die tatsächliche Höhe der für den Einkauf anfallenden Versandkosten jeweils bei Aufruf des virtuellen Warenkorbs in der Preisaufstellung gesondert ausgewiesen wird.

Zwar beziehen sich diese Ausführungen des BGH an sich auf die Vorgaben aus § 2 Absatz 2 Satz 2 der Preisangabenverordnung (kurz: PAngV), doch sind sie auf die Darstellungsweise der Versandkosten und Lieferbedingungen im Allgemeinen übertragbar. Unmittelbar einsehbar müssen diese Informationen somit nicht sein, solange sie vor dem Vertragsschluss („Kaufen“-Button) leicht einsehbar sind. Diese Vorgaben werden von der DaWanda -Plattform beachtet.

### 4. Verstößt es gegen deutsches Recht, dass die Versand- und Lieferbedingungen (wie Lieferzeiten) bei DaWanda nun unter „Bezahlung & Versand“ und dort häufig erst nach einem Klick auf „Vollständige Produktbeschreibung anzeigen“ sichtbar werden?

Nein, es liegt kein Verstoß gegen deutsches Recht vor. Für die korrekte Darstellung der Lieferzeiten ist nicht erforderlich, dass diese unmittelbar in der „ersten“ Artikelbeschreibung angezeigt werden. Kunden wird durch das „Fading Out“ der Artikelbeschreibung und den Button „Vollständige Produktbeschreibung anzeigen“ hinreichend deutlich gemacht, dass noch nicht die vollständige Produktbeschreibung angezeigt wird, sondern diese ihre Fortsetzung findet, wenn der Kunde auf den Button klickt. Bereits nach einem Klick werden dem Kunden dann alle erforderlichen Angaben gemacht. Darin liegt kein allzu großer Unterschied zum Erfordernis des Downscrolling, wenn – je nach Größe des Bildschirms – dem Kunden ebenfalls nicht alle Informationen auf einen Schlag angezeigt werden können, so dass dieser nach unten scrollen muss. Hier wie dort sieht der Kunde sofort, dass ihm bislang noch nicht alle zur Verfügung stehenden Informationen gegenwärtig angezeigt werden. Insgesamt entspricht dies der gesetzlichen Vorgabe aus Artikel 246a § 4 Absatz 1 EGBGB, wonach die Informationen in klarer und verständlicher Weise dem Verbraucher vor dessen Vertragserklärung zur Verfügung stehen müssen.

## 5. Ist es rechtlich zulässig, dass Kunden Informationen wie die einzelnen Produktbestandteile, die Größe und den Grundpreis nicht unmittelbar auf der ersten Seite der Artikelbeschreibung, sondern erst nach einem zusätzlichen Klick auf den Button „Vollständige Produktbeschreibung anzeigen“ sehen können?

Ja, dies ist rechtlich zulässig. Produktbestandteile und konkrete Größe können ohne Probleme erst in der erweiterten Artikelbeschreibung angezeigt werden, solange die Angaben erkennbar sind und übersichtlich dargestellt werden.

Lediglich für Preisangaben gibt es in der Preisangabenverordnung (kurz: PAngV) genauere rechtliche Vorgaben. Der sog. Grundpreis, also der Preis pro Verkaufseinheit (etwa pro Meter oder Quadratmeter bei offenen Waren), muss gemäß § 2 Absatz 1 PAngV stets in Nähe zum Gesamt- bzw. Endpreis angegeben werden, so dass der Kunde auf einen Blick sehen kann, wie sich der Grundpreis zum Endpreis verhält. Somit wäre die Angabe des jeweiligen Grundpreises erst in der erweiterten Artikelbeschreibung rechtlich nicht zulässig. Da jedoch die Angabe des Grundpreises bei DaWanda stets in unmittelbarer räumlicher Nähe zum Gesamt- bzw. Endpreis erfolgt, werden die rechtlichen Vorgaben eingehalten.

## II. Allgemeine Fragen zur Darstellung von Informationen bei DaWanda

### 6. Muss die gesetzliche Widerrufsbelehrung durch einen Klick abrufbar sein oder genügt ein Passus in den AGB?

Nach Artikel 246a § 4 EGBGB (Abkürzung für Einführungsgesetz zum BGB) müssen dem Verbraucher u.a. die Informationen über das gesetzliche Widerrufsrecht in klarer und verständlicher Weise vor dessen Vertragserklärung zur Verfügung gestellt werden. Was dies genau im Einzelfall bedeutet, hat die Rechtsprechung zum neuen Widerrufsrecht noch nicht endgültig geklärt. Zumindest steht fest, dass der Hinweis auf das gesetzliche Widerrufsrecht jedenfalls nicht räumlich „vor“ der Vertragserklärung, also etwa dem „Kaufen“-Button erfolgen muss, sondern dass ein räumlich enger Zusammenhang genügt (Urteil des OLG Köln vom 8. Mai 2015, Az. 6 U 137/14).

Ein solcher ausdrücklicher Hinweis, zumindest in Form eines „sprechenden Links“, also etwa eines Buttons, der mit der Beschriftung „Widerrufsbelehrung“ oder „Belehrung über das gesetzliche Widerrufsrecht“ versehen ist, muss jedoch in unmittelbarem räumlichem Zusammenhang mit der Vertragsschlusserklärung des Verbrauchers erfolgen. Ob dann anschließend per Klick auf den Link auf eine gesonderte Unterseite weitergeleitet wird, auf der die Informationen zum gesetzlichen Widerrufsrecht ordnungsgemäß angezeigt werden, oder ob der Link unmittelbar auf die richtige Passage in den AGB verweist, spielt aus rechtlicher Sicht keine Rolle.

## 7. Auf welche Weise muss aus rechtlicher Sicht der Grundpreis bei Textilstoffen angegeben werden? Genügt dabei die Angabe im Angebotstext?

Nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei würde die Angabe des Grundpreises im Angebotstext aus rechtlicher Sicht genügen, solange der Grundpreis dabei deutlich und unmissverständlich zu erkennen ist.

Zwar muss der Grundpreis nach den rechtlichen Vorgaben gemäß 2 Absatz 1 der Preisangabenverordnung grundsätzlich stets in unmittelbarer Nähe zum Gesamt- bzw. Endpreis angegeben werden. Dies bedeutet, dass der Grundpreis direkt beim Artikelpreis anzugeben ist und eine Darstellung nur in der Angebots- bzw. Artikelbeschreibung daher eigentlich nicht genügt. Allerdings wird die deutsche Preisangabenverordnung von der europäischen Preisangabenrichtlinie überlagert, die keine derart strengen Vorgaben macht. Letztlich ist es daher ausreichend, wenn durch die Darstellung der Preise klar wird, welcher Grundpreis sich auf welchen Endpreis bezieht.

## 8. Ist es aus rechtlicher Sicht ein Problem, dass die gesamten Versandkosten für den Käufer erst zeitlich nach Betätigung des „Kaufen“-Buttons ersichtlich werden, wenn der Verkäufer sie für den jeweiligen Einzelfall berechnet hat?

Nach Artikel 246a § 1 Absatz 1 Nr. 4 EGBGB (Abkürzung für das Einführungsgesetz zum BGB) und § 1 Absatz 2 Satz 2 PAngV (Abkürzung für die Preisangabenverordnung) müssen gewerbliche Verkäufer nicht nur den Gesamt- bzw. Endpreis, sondern insbesondere auch alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten angeben, oder in den Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können. Dabei muss nach Artikel 246a § 4 Absatz 1 EGBGB die Information des Verbrauchers vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in klarer und verständlicher Weise erfolgen, also bevor er auf den „Kaufen“-Button klickt.

Grundsätzlich muss also der Verkäufer alle anfallenden Versand- und Lieferkosten bereits auf der letzten Übersichtsseite klar und verständlich darstellen, so dass der Verbraucher ersehen kann, welche Gesamtkosten auf ihn zukommen. Sollten diese Kosten „vernünftigerweise“ noch nicht berechnet werden können, weil dies etwa von weiteren Gegebenheiten abhängt, die erst in der nachvertraglichen Kommunikation zwischen Verkäufer und Verbraucher geklärt werden können, so ist dies rechtlich zulässig, wenn vorab bereits der Rahmen der Kosten so weit wie möglich abgesteckt worden ist

Sollten die Versandkosten jedoch zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses, also beim Klick auf den „Kaufen“-Button, tatsächlich bereits feststehen, so muss der Verkäufer sie angeben, um nicht gegen das Gesetz zu verstoßen.

## 9. Ist es rechtlich zulässig, wichtige Informationen zu einem Produkt auf das Produktfoto zu schreiben, so dass die Informationen auch bei der Schnellansicht gesehen werden können?

Aus Sicht des Gesetzes spricht nichts dagegen. Die AGB von DaWanda verbieten ein derartiges Vorgehen ebenfalls nicht. Lediglich ästhetische Gründe könnten also hiergegen sprechen.

## III. Haftung von Verkäufern für (technische) Fehler der Plattform

### 10. Sind DaWanda oder die betroffenen DaWanda-Verkäufer rechtlich verantwortlich, wenn bei DaWanda aufgrund eines technischen Fehlers beispielsweise die gesamten AGB, die Widerrufsbelehrungen und das Impressum verschwinden? Kann DaWanda ggf. in Regress genommen werden?

Nach ständiger Rechtsprechung der Instanzgerichte haften Verkäufer für Fehler von (Verkaufs-)Plattformen, die etwa zu einer rechtswidrigen Darstellung von Verbraucherinformationen führen. Entsprechende Urteile sind beispielsweise vom OLG Hamm (Urteil vom 20. Mai 2010, Az. I-4 U 225/09), vom LG Leipzig (Urteil vom 16. Dezember 2014, Az. 01 HK O 1295/14) und vom OLG Köln (Urteil vom 24. April 2015, Az. 6 U 175/14) ergangen. Gegenwärtig ist ein entsprechendes Verfahren beim BGH anhängig (Az. I ZR 110/15), dessen endgültige Entscheidung bald weitere Klarheit bringen dürfte.

In dem Falle eines lediglich kurzfristigen technischen Defektes, der dazu führt, dass für eine gewisse Zeit bis zur Behebung des Fehlers gesetzliche Pflichtinformationen wie die Widerrufsbelehrung oder das Impressum nicht oder nicht richtig bei DaWanda (oder bei anderen Verkaufsplattformen) angezeigt werden, dürfte regelmäßig keine Abmahnung drohen. Zum einen dürften solche kurzfristigen technischen Ausfälle regelmäßig kaum Abmahnwilligen auffallen bzw. zu deren Kenntnis gelangen, zum anderen dürfte es häufig an dem lauterkeitsrechtlichen Kriterium der Spürbarkeit nach § 3 Absatz 2 UWG fehlen bzw. solche Abmahnungen könnten als rechtsmissbräuchlich angesehen werden. Es handelt sich dann ja nicht um gezielte Verstöße gegen gesetzliche Informationspflichten, sondern lediglich um ein temporäres technisches Problem, das möglichst bald gelöst wird. Sollte das technische Problem jedoch nicht recht bald behoben werden, sondern länger bestehen, dürften jedoch Abmahnungen drohen.

Eine Abwälzung der Kosten von Abmahnungen, die Verkäufer aufgrund technischer Plattformvorgaben erhalten haben, auf DaWanda dürfte regelmäßig nicht möglich sein. Derlei Schadensersatzansprüche dürften in den meisten Fällen deshalb nicht bestehen, weil DaWanda solche technischen Aussetzer in der Regel nicht verschuldet hat bzw. bei leicht fahrlässigen Verstößen laut eigener AGB nicht haftet.

Lediglich bei grob fahrlässigem Verhalten oder bei Vorsatz von DaWanda würden betroffenen Verkäufern Schadensersatzansprüche zustehen. Derartige Verstöße sind aber bei DaWanda kaum denkbar.

## IV. Das Vertragsverhältnis von Verkäufern zu DaWanda

### 11. Muss DaWanda die eigenen AGB einhalten, beispielsweise in Bezug auf den darin enthaltenden Ausschluss von Massenwarenanbietern?

Vertragliche Pflichten, die DaWanda sich in seinen AGB gegenüber jedem einzelnen Mitglied auferlegt hat, muss DaWanda selbstverständlich einhalten.

Massenanbieter sind laut AGB-Klausel Nr. VI.1.b bei DaWanda zwar nicht erwünscht. Allerdings behält sich DaWanda nach AGB-Klausel Nr. VII lediglich vor, Maßnahmen gegen solche Mitglieder zu ergreifen, wenn sich konkrete Anhaltspunkte dafür ergeben, dass das Mitglied bei der Nutzung der Plattform gegen die AGB verstoßen hat. Die Entscheidung, ob und mit welchen Maßnahmen eingegriffen wird, bleibt bei DaWanda, so dass einzelnen Mitgliedern zunächst kein Anspruch auf Einschreiten durch DaWanda zusteht.

### 12. Haftet DaWanda, wenn aufgrund technischer Vorgaben der Plattform die Verkäufer rechtliche Pflichten nicht umsetzen können und deshalb abgemahnt werden?

Eine Abwälzung der Kosten von Abmahnungen, die Verkäufer wegen Plattformvorgaben von DaWanda erhalten haben, auf DaWanda dürfte regelmäßig nicht möglich sein. Solche Ersatzansprüche dürften in den meisten Fällen deshalb nicht bestehen, weil DaWanda solche technischen Aussetzer in der Regel nicht verschuldet hat bzw. bei leicht fahrlässigen Verstößen laut eigener AGB nicht haftet. Lediglich bei grob fahrlässigem Verhalten oder bei Vorsatz von DaWanda würden betroffenen Verkäufern Schadensersatzansprüche zustehen. Grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz sind jedoch kaum denkbar.

### 13. Wie ist es rechtlich zu bewerten, dass bei Rabatt-Aktionen von DaWanda die Angebote von Verkäufern, die nicht an einer Rabatt-Aktion teilnehmen, schwieriger aufzufinden sind als diejenigen, die an der Rabatt-Aktion teilnehmen, obwohl alle Verkäufer dieselben Gebühren bezahlen müssen?

Diese Frage betrifft die vertragliche Vereinbarung zwischen DaWanda und den Verkäufern. Jeder Verkäufer hat vor einem Rabatt-Special die Wahl, ob er oder sie an der Aktion teilnehmen möchte. Für alle besteht somit dieselbe Chance, die Vor- und Nachteile der Teilnahme oder Nicht-Teilnahme

wahrzunehmen Daher gibt es in dem Zusammenhang keine Benachteiligung, die sich in irgendeiner Weise rechtlich auswirkt.

## 14. Dürfen Kunden vor der Löschung ihres DaWanda-Accounts von DaWanda dazu aufgefordert werden, noch ausstehende Bewertungen abzugeben und können die davon betroffenen Verkäufer deswegen abgemahnt werden?

Laut der AGB-Klausel Nr. X kann jedes DaWanda-Mitglied seine Mitgliedschaft schriftlich, per E-Mail oder durch Abmeldung im Profil über den Menüpunkt „Profil bearbeiten“ ohne Angabe von Gründen kündigen. Würde DaWanda die Wirksamkeit der Kündigung anschließend an weitere Bedingungen knüpfen, so würde DaWanda gegen seine eigenen AGB verstoßen. Rechtlich gesehen läge jedoch dann bereits eine wirksame Kündigung des Mitglieds vor, deren Wirksamkeit DaWanda nicht mehr verhindern könnte.

Eine Aufforderung oder Bitte von DaWanda an kündigende Mitglieder, ausstehende Bewertungen noch abzugeben, können diese also ignorieren, ohne dass die Kündigung unwirksam würde.

Wettbewerbsrechtlich ist dies je nach Formulierung der Bitte grundsätzlich nicht weiter problematisch. Abmahnungen drohen den betroffenen Verkäufern daher nicht.

## 15. Darf DaWanda den Paypal-Button im Shop deaktivieren, wenn man bei der neuen Paypal-Schnittstelle DaWanda keine Rechte als Drittanbieter genehmigt?

Ja, die Deaktivierung des alten Paypal-Buttons ist im Zuge der technischen Umstellung zulässig, zumal ausreichend vorab darüber informiert worden ist.

## V. Sonstige Fragen

### 16. Darf die bestellte Menge eines Produkts geändert werden, nachdem der Käufer den „Kaufen“-Button geklickt hat oder müssen bereits davor Ware und Menge eindeutig bestimmt sein und bestimmt bleiben?

An sich sieht das Gesetz in § 312j Absatz 4 BGB vor, dass ein Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr nur dann wirksam zustande kommt, wenn der Unternehmer die Bestellroutine so gestaltet, dass der Verbraucher zum Abschluss des Vertrages auf den „Kaufen“-Button i.S.d. § 312j Absatz 3 BGB oder eine ähnliche gestaltete Schaltfläche klicken muss. Hält sich ein Verkäufer nicht daran, verstößt er grundsätzlich gegen geltendes Recht.

Dies gilt nach § 312j Absatz 5 BGB jedoch nicht, wenn der Vertrag ausschließlich durch individuelle

Kommunikation geschlossen wird. Hier stellt sich nun die von der Rechtsprechung soweit ersichtlich noch nicht beantwortete Frage, ob die nachträgliche Erhöhung der Anzahl der bestellten Menge eines Produktes im Rahmen einer (nach Vertragsschluss erfolgenden) E-Mail-Kommunikation hierunter fällt. Denkbar wäre einerseits, zu sagen, dass ein solcher Vertrag für das zweite Produkt nicht „ausschließlich“ über die individuelle Kommunikation (also die einzelne E-Mail) zustande gekommen ist, da ja die Vertragsanbahnung über den Webshop im Rahmen der ersten Bestellung stattgefunden hat. Allerdings könnte man andererseits die Auffassung vertreten, dass der Vertrag über das zweite Produkt, also die Erhöhung der bestellten Menge, erst durch die nachträgliche E-Mail initiiert worden ist, so dass „ausschließlich individuelle Kommunikation vorliegt.

Im Zweifel gilt in unserer Rechtsordnung Vertragsfreiheit, so dass es tendenziell rechtlich zulässig ist, in der E-Mail-Kommunikation nach dem Vertragsschluss bezüglich der ersten Bestellung die Anzahl der bestellten Menge zu erhöhen, auch wenn der Verbraucher danach gerade nicht erneut einen „Kaufen“-Button betätigen muss.

Autor:

**RA Dr. Daniel S. Huber**

Rechtsanwalt