

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Umfang der Informationspflicht über Widerrufsrecht bei Printwerbung

Der Verbraucher muss über sein Widerrufsrecht belehrt werden, das ist jedem Onlinehändler bekannt. Unklar war aber bisher, in welchem Umfang auch bei gedruckten Werbeprospekten mit Bestellmöglichkeit über das Widerrufsrecht zu informieren ist. Mit dieser Frage hat sich nun das OLG Düsseldorf auseinandergesetzt.

Das OLG Düsseldorf hat mit Urteil von 18.02.2016, AR. I-15 U54/15 (<https://openjur.de/u/875721.html>) entschieden, dass auch in Printmedien wie Werbeprospekten, die eine Bestellmöglichkeit enthalten, über das gesetzliche Widerrufsrecht zu informieren und der vollständige Text der Musterwiderrufsbelehrung abzudrucken ist. Die Entscheidung ist nicht rechtskräftig.

Im zu entscheidenden Fall hatte die Beklagte Werbeprospekte mit heraustrennbarer Bestellpostkarte als Beilage in Zeitschriften vertrieben. Auf der Bestellpostkarte wurde auf das gesetzliche Widerrufsrecht und auf das zweiwöchige Rückgaberecht hingewiesen. Weitere Informationen waren dort nicht abgedruckt. Im Übrigen gab es dort einen Verweis auf die Webseite der Beklagten, wo die Widerrufsbelehrung und das Muster-Widerrufsformular aufgerufen werden konnten.

1. Im Einzelnen

Pflicht zur Information über Widerrufsrecht grundsätzlich auch bei Werbung mit Werbeprospekten mit Bestellmöglichkeit

Die Pflicht zur Information über das Widerrufsrecht gilt nicht nur bei der Präsentation von Waren und Dienstleistungen im Onlineshop. Sie findet auch Anwendung, wenn der Onlinehändler über Printmedien wie Kataloge oder Werbeprospekte für seine Produkte wirbt und diese Printmedien eine Bestellmöglichkeit (z.B. Bestellschein) enthalten und damit die Möglichkeit zu einem Vertragsabschluss gegeben ist (§ 312 c BGB). Dies war im zu entscheidenden Fall unstreitig.

Bloßer Hinweis auf Widerrufsrecht bei Einsatz von Werbeprospekten mit Bestellmöglichkeit nicht ausreichend

Art. 246 a § 3 EGBGB sieht die Möglichkeit vor, lediglich auf das Bestehen eines Widerrufsrechts hinzuweisen und wegen der Einzelheiten auf einen Link zur Webseite zu verweisen, wenn der Fernabsatzvertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen werden soll, das nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit für die dem Verbraucher zu erteilende Information bietet. Bisher war durch die Rechtsprechung nicht geklärt, ob die Möglichkeit eines bloßen Hinweises auf das Widerrufsrecht auch bei Einsatz von Printmedien wie Kataloge oder Werbeprospekte besteht. Dies war

die zentrale Frage, die das OLG Düsseldorf zu entscheiden hatte.

Nach Ansicht des OLG Düsseldorf findet Art. 246 a § 3 EGBGB keine Anwendung beim Einsatz von Printmedien wie Werbeprospekte. Der Unternehmer könne sich nicht auf den Platzmangel in seinem Werbeprospekt für den vollständigen Abdruck der Widerrufsbelehrung berufen. Es stehe ihm frei, den Prospekt so zu gestalten oder zu vergrößern, dass die vollständige Belehrung über das Widerrufsrecht Platz findet. Denn andernfalls läge es im Belieben des Unternehmers, durch entsprechende Ausgestaltung des Werbeprospektes den vollständigen Abdruck der Widerrufsbelehrung zu vermeiden. Überlegungen, dass dann ein Werbeprospekt nicht mehr kostengünstig sei oder dass der Belehrungstext über das Widerrufsrecht die Werbeaussage verwässere, seien dabei unbeachtlich.

Beim Begriff der Begrenzung von Fernkommunikationsmittel i.S.d. Art. 246a § 3 könne es nach Erwägungsgrund 36 der hier zu Grunde liegenden Richtlinie 2011/83 nur um Begrenzungen gehen, die der Unternehmer im Einzelfall nicht beeinflussen kann. Es müsse sich also um Beschränkungen halten, die dem jeweiligen Medium immanent und von außen vorgegeben seien. Eine solche Beschränkung sei beim Einsatz von Werbeprospekten nicht zu erkennen, deren Gestaltung und Größe durch den Unternehmer bestimmt werden können.

Das Urteil des OLG ist nicht rechtskräftig. Revision beim BGH ist zugelassen. Gleichwohl sollte ein Händler dieses Urteil beim Einsatz von Werbeprospekten mit Bestellmöglichkeit ernst nehmen.

2. Deutliche Erschwerung des Einsatzes von Werbeprospekten

Das Urteil des OLG Düsseldorf führt in der Praxis dazu, dass der Einsatz von Werbeprospekten, die die Möglichkeit einer Bestellung bieten, sich wirtschaftlich nicht mehr rechnen könnte. Bei hohen Stückzahlen, zum Beispiel als Beilage zu Zeitschriften, wird der vollständige Abdruck der Widerrufsbelehrung einschließlich der Musterwiderrufsbelehrung nicht mehr kostengünstig darzustellen. Ein ganzer Vertriebskanal des Handels könnte damit bedroht sein. Wegen der wirtschaftlichen Auswirkungen dieses Urteils wird es wichtig sein, ob der BGH dieses Urteil bekräftigen wird oder eine Entscheidung trifft, die sich stärker an den wirtschaftlichen Zwängen des Handels orientieren wird.

3. Empfehlung der IT-Recht Kanzlei

Solange der Umfang der Informationspflicht zum Widerrufsrecht beim Einsatz von Printmedien mit Bestellmöglichkeit nicht rechtskräftig geklärt ist, sollte der Händler entweder auf den Einsatz solcher Werbemittel verzichten oder die vollständige Widerrufsbelehrung abdrucken.

Da ein solcher Abdruck in vielen Fällen zu kostenaufwendig ist oder die eigentliche Werbebotschaft dann nicht mehr im Vordergrund steht, sollte der Händler Werbeprospekte oder Kataloge verwenden, die keine Bestellmöglichkeit zum Beispiel in Form eines abreißbaren Bestellscheins vorsehen. Denn dann gelten nicht mehr die besonderen Vorschriften zu den vorvertraglichen Informationspflichten des Fernabsatzrechts. Auf das Widerrufsrecht muss dann nicht mehr hingewiesen werden. Auf die

unterschiedlichen Voraussetzungen der Informationspflichten nach Fernabsatzrecht und nach allgemeinen Wettbewerbsrecht hat das OLG Düsseldorf in seinem oben zitierten Urteil hingewiesen.

Auch bei einer Werbung mit Printmedien ohne Bestellmöglichkeit sind natürlich die allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Vorschriften zu beachten. Werbung darf nicht zu einer Irreführung des Verbrauchers führen. Das gilt auch hinsichtlich der Irreführung über die Identität des Unternehmers. Darum sollte sicherheitshalber das Impressum des Unternehmers im Werbeprospekt enthalten sein.

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt