

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

Französische Wettbewerbsbehörde: geht gegen Online-Händler wegen Verstoß gegen französisches Verbrauchergesetz vor

Die französische Wettbewerbsbehörde verwarnt deutsche Online-Händler, die Waren in Frankreich vertreiben, wegen unlauterer Preisgestaltung, fehlender außervertraglicher Pflichtinformation zu Reklamation von Lieferschäden und irreführender Information zur Länge der Widerrufsfrist. In dem der IT-Recht bekannten Fall ging es im Einzelnen um einen zeitlich nicht befristeten Preisrabatt, der als unlauter angesehen wurde, um AGB-Regelungen zur Reklamation von Lieferschäden, auf die nicht auf der Webseite hingewiesen wurde und irreführender Information zur Länge der Widerrufsfrist. Die französische Wettbewerbsbehörde (Direction Générale de la Concurrence et de la Consommation et de la Répression des Fraudes) hat im vorliegenden Fall den Online-Händler verwarnt. Sie kann in solchen Fällen auch empfindliche Bußgelder verhängen.

Wenn Sie mehr dazu wissen wollen, dann lesen Sie den folgenden Beitrag.

1. Dauerpreisrabatt

Die Gewährung eines Preisrabatts auf bestimmte Artikel ohne Benennung des Zeitraums der Rabattaktion wird von der französische Wettbewerbsbehörde als unlautere Geschäftspraktik gem. Artikel L.120 und L.121-1 des französischen Verbrauchergesetzes (Code de la Consommation) bewertet. Der Verbraucher werde darüber getäuscht, dass der angebliche Sonderpreis in Wirklichkeit der tatsächliche Preis des Artikels ist.

“

Article L120-1 Code de la Consommation

Les pratiques commerciales déloyales sont interdites. Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère, ou est susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

Il. Constituent, en particulier, des pratiques commerciales déloyales les pratiques commerciales trompeuses définies aux articles L. 121-1 et L. 121-1-1 et les pratiques commerciales agressives définies aux articles L. 122-11 et L. 122-11-1.

Article L. 121-1 Code de la Consommation

I. Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes : 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants:

c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;

”

Das französische Verbrauchergesetz geht hier über den Wortlaut der einschlägigen EU-Richtlinie zu unlauteren Geschäftspraktiken (Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG) und über das deutsche Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb hinaus.

Der Anhang I dieser Richtlinie fasst den Tatbestand der unlauteren Geschäftspraktiken bei zeitlich unbefristeten Sonderpreisen wesentlich enger (Nr. 7 Anhang Richtlinie 2005/29/EG):

Es muss sich dabei um eine falsche Behauptung handeln, dass „das Produkt nur eine sehr begrenzte Zeit oder nur eine sehr begrenzte Zeit zu bestimmten Bedingungen verfügbar sein werde, um so den Verbraucher zu einer sofortigen Entscheidung zu verleiten, so dass er weder Zeit noch Gelegenheit hat, eine informierte Entscheidung zu treffen“.

Nach deutschem Wettbewerbsrecht lässt sich jedenfalls keine generelle Pflicht zur zeitlichen Beschränkung einer Verkaufsförderungsmaßnahme herleiten (Köhler/Bornkamm, Randnummer 4.11 § 4 UWG)

Fazit: Online-Händler, die Waren in Frankreich vertreiben, sollen bei Sonderpreisaktionen darauf achten, den Zeitraum der Sonderpreisaktion anzugeben. Dauersonderpreise können nach französischem Recht als unlautere Geschäftspraktik angesehen werden.

2. Außervertragliche Pflichtinformation des Onlinehändlers bei Lieferschäden

AGB-Klauseln, die dem französischen Verbraucher die Möglichkeit einräumen, sich bei Lieferschäden noch innerhalb einer Frist von 48 Stunden an den Kundendienst zu wenden, können zu unerwarteten rechtlichen Problemen führen.

Die französische Wettbewerbsbehörde stellt zwar fest, dass grundsätzlich das französische Verbrauchergesetz keine Frist für die Reklamation von Lieferschäden festlegt und daher entsprechende AGB-Klauseln möglich sind. Wenn aber die AGB die Reklamation von Lieferschäden regeln, dann müssen diese Bestimmung vorvertraglich vor Abschluss eines Vertrages dem Verbraucher bekanntgegeben werden (durch entsprechenden Hinweis auf der Webseite). Es reicht nicht aus, dass dies nur in den AGB geregelt ist. Die französische Wettbewerbsbehörde stützt sich hierbei auf Artikel ff L.111-1, R.111-b französisches Verbrauchergesetz.

“

Article L111-1

Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, le professionnel communique au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes :

4° Les informations relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et

électroniques et à ses activités, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte, ainsi que, s'il y a lieu, celles relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et aux autres conditions contractuelles. La liste et le contenu précis de ces informations sont fixés par décret en Conseil d'Etat.

Article R111-1

Pour l'application du 4° de l'article L. 111-1, le professionnel communique au consommateur les informations suivantes :

b) Les modalités de paiement, de livraison et d'exécution du contrat ainsi que les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations ;

”

Fazit: Online-Händler, die aus Kulanzgründen in ihren AGB dem französischen Verbraucher eine verlängerte Frist bei Reklamation von Lieferschäden einräumen, sollten einen entsprechenden Hinweis unbedingt auch auf ihrer Webseite aufnehmen (und nicht in den AGB "verstecken").

3. Falsche Belehrung über die Länge der Widerrufsfrist

Die französische Wettbewerbsbehörde kritisiert Werbeaussagen auf der Webseite, dass zugunsten des Kunden die Widerrufsfrist um das Doppelte verlängert werde, da dem Kunden eine Frist von 30 Tagen nach Empfang der Ware eingeräumt werde, bevor er die Ware zurücksenden müsse. Die Behörde macht darauf aufmerksam, dass eine solche Werbeaussage irreführend sei. Der Kunde habe eine gesetzlich eingeräumte Widerrufsfrist von 14 Tagen für die Ausübung seines Widerrufsrechtes. Danach habe er eine Frist von 14 Tagen, die Waren zurückzusenden. Der Kunde habe daher insgesamt eine gesetzliche eingeräumte Frist von 28 Tagen, die Ware zurückzusenden. Die Aussage, die Rücksendefrist sei aus Kulanzgründen mit 30 Tagen um das Doppelte verlängert worden, sei daher irreführend.

Diese Rüge deckt sich auch mit deutschem Recht. Es wird nicht hinreichend deutlich zwischen Frist zur Ausübung des Widerrufsrechts und anschließender Frist für die Rücksendung der Widerrufsware unterschieden.

4. Sanktionen der französischen Wettbewerbsbehörde

Es ist Praxis der französischen Wettbewerbsbehörde, Online-Händler bei Verstoß gegen Verbraucherrecht erst einmal zu warnen, ohne dass für die betroffenen Onlinehändler Kosten entstehen. Stellt der gerügte Onlinehändler das von der Behörde gerügte Verhalten nicht ab, dann drohen ihm durchaus empfindliche Bußgeldern oder andere Strafen.

Gem. Artikel L.121-6 Code de la Consommation kann ein Verstoß gegen Verbraucherrecht, der als eine unlautere Geschäftspraktik bewertet wird, mit Bußgeldern bis zu 300.000 Euro oder bis zu 10% des Jahresumsatzes, mit der Verhängung eines zeitlich befristeten Berufsverbotes und in schweren Fälle mit einer Freiheitsstrafe von bis zu 2 Jahren geahndet werden.

“

Article L121-6 Code de la Consommation

Les pratiques commerciales trompeuses sont punies d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 €.

Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du manquement, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant le délit.

Les personnes physiques déclarées coupables encourent également à titre de peines complémentaires l'interdiction, suivant les modalités prévues à l'article 131-27 du code pénal, soit d'exercer une fonction publique ou d'exercer l'activité professionnelle ou sociale dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise, soit d'exercer une profession commerciale ou industrielle, de diriger, d'administrer, de gérer ou de contrôler à un titre quelconque, directement ou indirectement, pour leur propre compte ou pour le compte d'autrui, une entreprise commerciale ou industrielle ou une société commerciale.

Ces interdictions d'exercice ne peuvent excéder une durée de cinq ans. Elles peuvent être prononcées cumulativement.

Les personnes morales déclarées responsables pénalement, dans les conditions prévues à l'article 121-2 du même code, de l'infraction définie au présent article encourent, outre l'amende suivant les modalités prévues à l'article 131-38 dudit code, les peines prévues aux 2° à 9° de l'article 131-39 du même code. L'interdiction mentionnée au 2° du même article 131-39 porte sur l'activité dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise. Les peines prévues aux 2° à 7° dudit article ne peuvent être prononcées que pour une durée de cinq ans au plus.

”

Fazit: Online-Händler, die eine Verwarnung der französischen Wettbewerbsbehörde erhalten, sollten eine solche Verwarnung daher sehr ernst nehmen.

Autor:

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

Rechtsanwalt