

von **Dr. Bea Brünen**

B2B-Shops: Handlungsanleitung zur wirksamen Beschränkung des Erwerberkreises

Online-Händler, die ihre Produkte ausschließlich im B2B-Bereich vermarkten, haben gegenüber B2C-Händlern zahlreiche Vorteile. So müssen sie unter anderem weder eine Widerrufsbelehrung für ihre Kunden bereithalten noch bei der Preisgestaltung die komplizierten Regelungen der Preisangabenverordnung beachten. Die Rechtsprechung stellt jedoch hohe Anforderungen an die Beschränkung des Erwerberkreises. Daher sollte ein B2B-Händler bei der Gestaltung seines Online-Shops einige rechtliche Besonderheiten beachten. Eine unsaubere Umsetzung der Rechtsprechungs-Anforderungen kann zu (teuren) wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen führen. Die IT-Recht Kanzlei informiert im Folgenden über die aktuelle Rechtsprechung zu dieser Problematik und zeigt Ihnen, wie Sie eine rechtssichere Beschränkung des Erwerberkreises erreichen können.

A. Die rechtlichen Stolpersteine beim B2B-Geschäft

Shop-Betreiber, die ihre Produkte im B2B-Bereich anbieten, haben gegenüber Händlern, die ihre Produkte (auch) an Verbraucher veräußern, zahlreiche rechtliche Vorteile:

- So muss der Shop-Betreiber bei einem B2B-Geschäft im Fernabsatz nicht die zahlreichen komplexen (und damit abmahngefährdete) Informationspflichten (vgl. § 312d Abs. 1 BGB i. V. m. Art. 246a EGBGB) erfüllen.
- Bei der Preisgestaltung ist der Online-Händler nicht die komplexen Regelungen der Preisangabenverordnung gebunden.
- Dem Verbraucher steht zudem kein Fernabsatzwiderrufsrecht zu (vgl. § 312g Abs. 1 i. V. m § 355 BGB).
- Auch bei der Gestaltung der AGB hat es ein B2B-Händler im Vergleich zu einem B2C-Händler um einiges einfacher. Während das Gesetz für AGB im B2C-Bereich zahlreiche Einschränkungen vorsieht, wird dem B2B-Händler weitgehend freier Lauf gelassen. So kann ein B2B-Händler bspw. ohne Probleme in AGB Gewährleistungsrechte ausschließen, während dies bei B2C-Geschäften nicht zulässig ist.

Aus diesem Grund ist es für Händler natürlich verlockend, ihre Produktpalette auf Gewerbetreibende zu beschränken und auf diese Weise all die lästigen, abmahngefährdeten Pflichten im Verbraucherschutz zu umschiffen. Dass dies ist für Shop-Betreiber möglich ist, folgt bereits aus dem Grundsatz der Privatautonomie.

Die Rechtsprechung fordert jedoch von Shop-Betreibern, die den Erwerberkreis auf Gewerbetreibende beschränken, dass diese im Rahmen ihrer Angebote und der Abwicklung der Geschäfte alles ihnen Zumutbare unternehmen, um eine mögliche Verbraucherbeteiligung weitgehend auszuschließen. Andernfalls läuft der Händler Gefahr, dass ein Gericht seine Angebote auch als an Verbraucher gerichtet wertet. In diesem Fall handelt der Verkäufer dann meist wettbewerbswidrig, weil er durch seine

Ausrichtung seiner Angebote an Gewerbetreibende unter anderem die oben genannten zwingenden Verbraucherrechte beschneidet. Und das kann schnell teuer werden.

Doch wie kann ein Shop-Betreiber, der ausschließlich im B2B-Sektor tätig werden will, den Erwerberkreis rechtssicher auf Gewerbetreibende beschränken?

B. Rechtsprechung

Mittlerweile haben zahlreiche Instanzgerichte zu diesem Thema geurteilt und auf diese Weise die Anforderungen an eine rechtssichere Beschränkung des Erwerberkreises präzisiert. Im Folgenden finden Sie chronologisch geordnet Rechtsprechungsbeispiele zu dieser Problematik.

I. OLG Hamm, Urteil vom 28.02.2008, 4 U 196/07

Das OLG Hamm stellte mit Urteil vom 28.02.2008 klar, dass eine wirksame Beschränkung des Erwerberkreises durch Aufnahme eines entsprechenden, jedoch versteckten Hinweises in den AGB ohne weitere Maßnahmen zur Ausgrenzung von Verbrauchern nicht möglich ist.

1. Der Sachverhalt

Ein Unternehmer bot im Juni 2007 unter anderem auf der Verkaufsplattform eBay.de gebrauchte PC-Hardware an. In einem Angebot des Unternehmers fand sich neben diversen anderen Regelungsinhalten betreffend Abwicklung, Zahlung und Versand unter dem Punkt „Garantie“ folgende Klausel:

“

"Alle von uns verkauften Artikel werden als defekt zum Ausschlichten bzw. Basteln verkauft! Wir beschreiben die Artikel so genau wie möglich, damit sich jeder Käufer ein eigenes Bild davon machen kann. Wir gewähren keinerlei Garantie, Gewährleistung, Umtausch oder Rücknahme der von uns versteigerten Artikel. Wir verkaufen ausschließlich an Gewerbetreibende, ein Widerrufsrecht wird deshalb ausgeschlossen. Der Käufer erkennt die oben genannten Bedingungen mit Abgabe seines Gebots an."

”

Ein Mitbewerber mahnte daraufhin den Unternehmer wegen eines Verstoßes gegen Verbraucherschützende Vorschriften (§§ 312c, 312d, 355, 357 BGB (a. F.)) ab und erwirkte beim LG Münster den Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen den Unternehmer. Auf den erfolgreichen Widerspruch des Unternehmers hin hob das LG Münster seine einstweilige Verfügung auf.

2. Die Entscheidung des OLG Hamm: Versteckter Hinweis in AGB nicht ausreichend

Die Berufung des Mitbewerbers zum OLG Hamm hatte Erfolg. Die Richter bestätigten die einstweilige Verfügung des LG Münster.

Zur Begründung führte das OLG Hamm aus, dass dem Mitbewerber ein Verfügungsanspruch zustehe, da das eBay-Angebot eine unlautere Wettbewerbshandlung darstelle. Der Shop-Betreiber habe keine ausreichenden Vorkehrungen getroffen, den Erwerb seines Angebots auf Gewerbetreibende zu beschränken. Der eBay-Händler habe daher gegen seine Pflichten aus §§ 312c, 312d, 355 und 357 BGB (a. F.) verstoßen, wodurch der Wettbewerb im Interesse der Marktteilnehmer nicht nur unwesentlich beeinträchtigt sei.

Nach dem Urteil des OLG ist für eine rechtssichere Beschränkung des Erwerberkreises erforderlich, dass diese „Beschränkung für die Parteien, sprich für die Erwerber transparent und klar“ ist. Daran mangelte es jedoch im zugrundeliegenden Fall. Die Richter entschieden diesbezüglich:

“

"Die Beschränkung eines Verkaufs nur an Gewerbetreibende war (...) nach der vorliegenden Gestaltung des Angebots leicht zu übersehen. Denn die Klausel war, wenn auch auf der Angebotsseite, an einer überaus versteckten Stelle plaziert. Der Verbraucher, der nach dem Internetangebot der Antragsgegnerin kaufen will, muss hiermit nicht rechnen und vermutet eine seinen primären Käuferstatus berührende Klausel jedenfalls nicht unter der Rubrik "Garantie", die demgegenüber erst die Abwicklung des noch abzuschließenden Vertrages betrifft. Die Beschränkung des Verkaufs "nur an Gewerbetreibende" ist nicht im Angebot selbst an hervorgehobener Stelle vorangestellt oder jedenfalls in eine entsprechende Rubrik zum Vertragsabschluss eingebettet, sondern in eine Klausel an anderer Stelle eingefügt, die mit dem Kaufadressaten und dem Abschluss des Vertrages selbst überhaupt nichts zu tun hat(...)."

”

II. BGH, Urteil vom 31.03.2010, I ZR 34/08

Der BGH entschied mit Urteil vom 31.03.2010, dass der Hinweis auf die Angebotsbeschränkung eindeutig sein muss.

1. Der Sachverhalt

Ein Händler bot wiederum über eBay ein gebrauchtes Telefon unter dem Hinweis an, dass der Verkauf nur an Gewerbetreibende erfolge. Im Anschluss daran hatte der Händler den Zusatz angefügt:

“

"Für Privatanbieter gilt das handelsübliche 30-tägige Widerrufs- und Rückgaberecht."

”

Zusätzlich hatte er im Angebot die (gegenüber Verbrauchern unwirksame) Sachmangelhaftung ausgeschlossen. Aus diesem Grund hatte ein Konkurrent den eBay-Händler abgemahnt.

2. Die Entscheidung des BGH: Zweideutiger Hinweis nicht ausreichend

Der BGH stellte in seiner Entscheidung fest, dass der Hinweis auf die Angebotsbeschränkung jedenfalls zweideutig und deshalb unzureichend gewesen sei. Aufgrund des Zusatzes „Für Privatbieter gilt das handelsübliche 30-tägige Widerrufs- und Rückgaberecht“ konnten die Adressaten dieses Angebots den Schluss ziehen, dass der Händler gleichwohl bereit sei, auch an Privatpersonen zu verkaufen.

Zudem habe der Händler keinerlei Vorkehrungen dahingehend getroffen, dass wirklich nur Gewerbetreibende Gebote abgeben konnten. Damit war das Angebot nach Ansicht des Gerichts auch für Verbraucher zugänglich mit der Folge, dass der Händler einen Wettbewerbsverstoß begangen hatte.

III. BGH, Urteil vom 29.04.2010, I ZR 99/08

In seiner Entscheidung vom 29.04.2010 stellte der BGH hohe Anforderungen an die Gestaltung von Angeboten, die ausschließlich an Gewerbetreibende gerichtet sein sollen.

1. Der Sachverhalt

Ein Händler bot über die Verkaufsplattform mobile.de Gebrauchtfahrzeuge an. Die dem jeweiligen Fahrzeugangebot vorgestellte Preisangabe enthielt keine Umsatzsteuer und war vom übrigen Fließtext abgesetzt. Im Fließtext der jeweiligen Fahrzeuganzeigen befanden sich unter der Überschrift „Beschreibung“ die Angaben „Preis Export-FCA“ oder „Preis-Händler-Export-FCA“.

Ein Konkurrent sah in den Preisangaben ohne Umsatzsteuer einen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung und eine Irreführung der Werbeadressaten und nahm den Händler auf Unterlassung in Anspruch.

Der Händler versuchte sich damit zu wehren, dass er die Gebrauchtfahrzeuge ausschließlich an Händler verkaufe oder diese nur für den Export anbiete. Die Vorschriften der Preisangabenverordnung seien daher auf seine Angebote nicht anwendbar. Zudem würden die Kunden auch nicht getäuscht, da sich durch die Zusätze „Preis Export-FCA“ oder „Preis-Händler-Export-FCA“ für jeden Leser ergebe, dass kein Verkauf an Privatkunden erfolge.

2. Die Entscheidung des BGH: Hohe Anforderungen an Angebotsbeschränkungen

Der BGH folgte der Ansicht des Konkurrenten. Die Richter des BGH entschieden, dass sich die beanstandete Werbung an die Allgemeinheit und damit auch an Verbraucher richte. Mangels Ausweisung der Umsatzsteuer lag ein Verstoß gegen die Preisangabenverordnung vor.

Der 1. Senat stellte diesbezüglich fest:

“

"Wer in einer an die Allgemeinheit gerichteten Werbung Preise für die ihm beworbenen Gebrauchtfahrzeuge nennt, muss den Endpreis i.S. von § 1 Abs. 1 Satz 1 Preisangabenverordnung angeben. Er kann sich nicht darauf berufen, dass er mit privaten Letztverbrauchern keine Verträge schließt und deshalb die Vorschriften der Preisangabenverordnung nicht zur Anwendung kommen."

”

Der BGH hat zudem Kriterien zur Abgrenzung der Ausrichtung des Angebots genannt:

- Entscheidend für die Beurteilung, ob sich die Werbung nur an Gewerbetreibende oder (auch) an private Letztverbraucher richtet, ist die Sicht der Werbeadressaten.
- Für jedermann zugängliche Internetangebote sprechen zumindest immer auch private Letztverbraucher an.
- Dies gilt nur dann nicht, wenn diese Angebote eine für den Adressatenkreis eindeutige, unmissverständliche und deutliche Beschränkung auf Gewerbetreibende enthalten.
- Selbst bei einer eindeutigen Ausrichtung des Angebots ausschließlich an Gewerbetreibende trifft den Werbenden die Pflicht, durch geeignete Kontrollmaßnahmen im Ergebnis sicherzustellen, dass ausschließlich gewerbliche Abnehmer betrieblich

verwendbare Waren erwerben können.

Unbeachtlich sei dagegen

- an welchen Abnehmerkreis der Werbende die Anzeige richten will.
- der bloße Wille des Werbenden, keine Verträge mit Letztverbrauchern schließen zu wollen.
- dass der Werbende die beworbene Ware tatsächlich nicht an private Letztverbraucher veräußert.
- die Verwendung von Formulierungen, die der Durchschnittsverbraucher nicht zu kennen braucht bzw. die er nicht dahingehend verstehen muss, dass sich das Angebot ausschließlich an Gewerbetreibende richtet.

IV. OLG München, Beschluss vom 02.09.2009, 6 W 2070/09

Das OLG München stellte mit Beschluss vom 02.09.2009 fest, dass im Bereich der Werbung für an Gewerbetreibende gerichtete Angebote ein Hinweis wie „nur für Industrie, Handel, Handwerk und Gewerbe“ nicht ausreichend sei, um von einer Adressierung der Werbung lediglich an Gewerbetreibende ausgehen zu können. Es müsse vielmehr durch geeignete Maßnahmen sichergestellt werden, dass tatsächlich nur gewerbliche Letztverbraucher von der Werbung Kenntnis erlangen.

Das Gericht stellte weiter fest, dass hierfür bei einem Onlineauftritt nicht ausreichend ist, wenn der Domainname oder Teile des URL (hier: „http://xxxxxx.de/schule-konditionen-deutsch.html“) auf eine Beschränkung auf eine gewerbliche Nutzung hinweisen. Auch Hinweise auf die Möglichkeit einer Sammelbestellung und die Einräumung eines Mengenrabatts würden eine Ausrichtung nur an Gewerbetreibende nicht hinreichend deutlich machen.

V. OLG Hamm, 20.09.2011, I-4 U 73/11

Ein weiteres interessantes Urteil zu den Möglichkeiten eines wirksamen Ausschlusses von Verbrauchern auf der Plattform eBay hat das OLG Hamm am 29.01.2011 gefällt. Klargestellt wurde dabei, dass bloße Hinweise auf den Ausschluss von Verbrauchern - mögen sie auch noch so deutlich und transparent erfolgen - beim Anbieten auf einer Plattform, die typischerweise auch von Verbrauchern frequentiert wird, nicht ausreichen.

1. Der Sachverhalt

Ein eBay-Händler hatte sich im Rahmen seiner Auktionen von dem Verkauf an Privatpersonen distanzieren wollen. Auf der Angebotsseite fand sich unter der Rubrik „Widerrufs- und Rückgabebelehrung“ der Hinweis: „Dieses Angebot richtet sich ausschließlich an Unternehmer, Händler oder Gewerbetreibende, die bei Abschluss dieses Kaufs in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen Tätigkeit handeln. Dieses stellt eine ausdrückliche **BEDINGUNG FÜR DEN VERTRAGSSCHLUSS** dar. Vom Verkauf ausgeschlossen sind Verbraucher i.S.d. § 13 BGB, da es dem Verbraucher freisteht, ein Angebot nur an Gewerbetreibende zu unterbreiten. Das Angebot kann grundsätzlich nur zu den Bedingungen angenommen werden“.

Ein entsprechender Hinweis fand sich auch im weiteren Verlauf der Angebotsseite unter der Überschrift „Zahlungshinweise des Verkäufers“. Zudem hatte der Händler nach der Artikelbeschreibung und nach weiteren Zahlungs- und Versandhinweisen unter der Unterrubrik „Vertragsbedingungen“ in roter Schrift folgenden Hinweis aufgenommen:

“

„Dieses Angebot richtet sich ausschließlich an Unternehmer (gewerbliche Nutzer) bzw. Händler. Kein Verkauf an Verbraucher/Endkunden, sprich Privatpersonen im Sinne des § 13 BGB. Das heißt NICHT, dass Sie schlechte Ware erhalten, sondern hat den Hintergrund, dass wir keine einjährige Gewährleistung auf Gebrauchtgeräte (...) für gewerbliche Nutzer

(Händler/Unternehmer) sowie kein Rücktritts-/Widerrufsrecht gewähren müssen (...). Mit der Abgabe eines Gebots erklären Sie rechtsverbindlich, diesen Kauf zu beruflichen oder gewerblichen Zwecken zu tätigen."

”

Ein weiteres Mal wird der oben genannte Hinweis unter der Überschrift „Rechtliche Informationen des Anbieters“ und den Adress- und Kontaktangaben des Händlers wiederholt.

2. Die Entscheidung des OLG Hamm: Geeignete Kontrollmaßnahmen zur Beschränkung des Erwerberkreises notwendig

Trotz dieser deutlichen Hinweise entschied das OLG Hamm, dass der Händler sein Angebot nicht wirksam auf Gewerbetreibende beschränkt und daher gegen zwingende Verbraucherschutzvorschriften verstoßen habe.

Ausschlaggebend waren dabei jedoch nicht Gestaltung und Inhalt der Hinweise, sondern vielmehr die Tatsache, dass - bei Plattformen wie eBay - Verbraucher ungehindert das Angebot wahrnehmen könnten:

“

„Der Verstoß ist vielmehr darin begründet, dass nach den Gesamtumständen davon auszugehen ist, dass tatsächlich in maßgeblichem Umfang auch Verbraucher bei der Antragsgegnerin einkaufen, ohne dass Vorkehrungen hiergegen getroffen werden, und die fraglichen Verbraucherschutzvorschriften so ersichtlich umgangen werden.

Es ist anzunehmen und festzustellen, dass tatsächlich in erheblichem Umfang auch Käufe von Verbrauchern getätigt werden: Es handelt sich um Angebote bei X, also auf einer Plattform, auf der sich gerade auch Verbraucher „tummeln“ und auf der Verbraucher zudem grundsätzlich nicht von der Annahme der Angebote ausgeschlossen werden können. Die von der Antragstellerin vorgelegten Bewertungen (Anl. K 22) mit unzähligen Alias-Namen lassen lebensnah darauf schließen, dass in erheblichem Umfang die Käufe gerade auch von Verbrauchern getätigt werden (...)

”

Der Händler hätte geeignete Maßnahmen treffen müssen, die Verbraucher von einem Vertragsschluss mit dem Anbieter fernhalten können:

“

"Die Antragsgegnerin würde ausnahmsweise dann nicht den üblichen Verbraucherschutzvorschriften unterliegen, wenn sie durch geeignete Maßnahmen sicherstellen würde, dass ausschließlich gewerbliche Abnehmer solche privat und betrieblich verwendbare Waren erwerben können. Das für jedermann zugängliche Internetangebot spricht von vornherein ebenfalls den allgemeinen Verkehr an. Selbst bei

einer eindeutigen Ausrichtung des Angebots ausschließlich an Gewerbetreibende trifft den Anbietenden die Pflicht, durch geeignete Kontrollmaßnahmen im Ergebnis sicherzustellen, dass ausschließlich gewerbliche Abnehmer betrieblich verwendbare Waren erwerben können (vgl. BGH GRUR 2011, 82 - Preiswerbung ohne Umsatzsteuer; GRUR 1990, 617 - Metro III). Mit anderen Worten, die Antragsgegnerin muss Vorkehrungen dagegen treffen, dass Verbraucher Kaufangebote auch auf für Gewerbetreibende bestimmte Artikel abgeben (BGH GRUR 2010, 1117 - Gewährleistungsausschluss im Internet). Dabei ist unbeachtlich, an welchen Abnehmerkreis der Werbende die Anzeige grundsätzlich richten will, wie auch sein bloßer Wille, keine Verträge mit Letztverbrauchern schließen zu wollen."

”

Als Beispiel für eine Kontrollmaßnahme nannte das OLG Hamm die Möglichkeit, sich etwa durch die Mitteilung einer Umsatzsteueridentifikationsnummer o.ä. als Unternehmer zu legitimieren.

Das Gericht ließ zudem ausdrücklich offen, ob ein Verkauf ausschließlich an Unternehmer auf eBay.de überhaupt rechtlich zulässig ist oder nicht. Allein die konkrete Verkaufstätigkeit der Antragsgegnerin biete jedenfalls keine ausreichende Grundlage für eine bloße Verkaufstätigkeit nur an Unternehmer.

VI. LG Leipzig, Urteil vom 26.07.2013, 08 O 3495/12

Das LG Leipzig stellte mit Urteil vom 26.07.2013 klar, dass allein aus der Anrede „Willkommen liebe Geschäfts- und Gewerbekunden“ auf der Startseite eines Online-Shops nicht deutlich werde, dass sich die Internetseite nur an Unternehmen richte bzw. der Verkauf an Privatkunden ausgeschlossen sei. Ein solcher Ausschluss müsse vielmehr ausdrücklich erfolgen. Dasselbe gelte für die Kopfzeile "Business to Business Markplatz für Geschäftskunden, für Firmen, Gewerbetreibende, Vereine, Handwerksbetriebe, Behörden oder selbstständige Freiberufler im Sinne des § 14 BGB " oder dem Hinweis "B2B - Marktplatz für Geschäftskunden". Auch aus diesen Zeilen ergäbe sich nicht, dass Privatleute zwingend ausgeschlossen seien.

Die Leipziger Richter entschieden zudem, dass eine Klausel in den AGB, in der der Ausschluss von Privatkunden deutlich geregelt wird, für die Beschränkung des Erwerberkreises nicht genüge. Eine Klausel in den AGB werde vom Verbraucher leicht übersehen, da der durchschnittliche Verbraucher die AGB vor Vertragsabschluss nicht zur Kenntnis nehme. Im Übrigen wäre eine solche Klausel auch überraschend und damit unwirksam nach § 305c BGB. Eine Information, aus der sich der Ausschluss des Verkaufs an Privatleute ergibt, müsse vielmehr besonders hervorgehoben und deutlich zu sehen sein.

VII. LG Berlin, Urteil vom 09.02.2016, 102 O 3/16

Das LG Berlin stellte sich – soweit ersichtlich – als erstes Gericht auf die Seite der Shop-Betreiber.

1. Der Sachverhalt

Ein Händler bot über seinen Online-Shop unter anderem Druckertinte für Großformatsysteme sowie Zubehör und Ersatzteile für die entsprechenden Drucker an. Dabei verfügte der Shop weder über eine Widerrufsbelehrung für Verbraucher noch war zu erkennen, ob es sich bei den Preisangaben um den Gesamtpreis einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile handelte. Schließlich fehlte eine Information darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss gespeichert wird und dieser dem Kunden zugänglich ist. Der Online-Händler wurde daraufhin von einem Konkurrenten wegen Verstoßes gegen verbraucherschützende Vorschriften abgemahnt und auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Der Händler wandte ein, dass sich sein Onlineshop ausschließlich an Gewerbetreibende richte. Bereits auf der Startseite sei in großer roter Schrift der Hinweis erteilt worden: „Nur für gewerbliche Kunden. Alle angegebenen Preise sind zzgl. gesetzlicher MwSt.“ Nach Auswahl der gewünschten Produkte habe der Besteller noch vor der Einleitung des eigentlichen Bestellvorgangs die AGB akzeptieren müssen, in deren Ziffer 1.5 sich erneut der Hinweis befunden habe, dass der Händler nur an gewerbliche Kunden liefere.

Schließlich sei unter dem Button „Zum gesicherten Bestellvorgang“ ausdrücklich zu lesen gewesen: „Mit der Bestellung bestätigen Sie als gewerblicher Unternehmer zu kaufen“.

Der Shop-Betreiber behauptete weiter, seine Mitarbeiter führten bei allen Bestellungen eine Einzelfallprüfung durch, ob der Besteller Unternehmer sei. Bestelle etwa ein Freiberufler ohne Angabe einer Firma, werde dieser kontaktiert und zum Nachweis seiner Unternehmereigenschaft aufgefordert.

2. Die Entscheidung des LG Berlin: Hinreichend deutlicher Hinweis im Online-Shop

Das LG Berlin entschied, dass der Shop-Betreiber ausreichend deutlich zum Ausdruck gebracht habe, dass sich sein Angebot ausschließlich an Unternehmer richte. Es sei ausreichend, dass der Online-Händler auf der Eingangsseite in roter Schrift den Hinweis eingepflegt hatte „Nur für gewerbliche Kunden. Alle angegebenen Preise sind zzgl. gesetzlicher MwSt.“ und der Besteller noch vor Einleitung des eigentlichen Bestellprozesses die Zusicherung abgeben musste, als gewerblicher Unternehmer zu kaufen.

Die Richter stellten zudem klar, dass sich die rechtliche Situation in dem vorliegenden Fall ganz erheblich von dem Fall unterscheidet, in dem der Unternehmer über eine Verkaufsplattform wie eBay.de veräußert, auf der hauptsächlich Verbraucher als Kunden auftreten. Biete ein Händler seine Waren auf einer derartigen Plattform an, könne ein Verbraucher von vornherein erwarten, dass sich ein Angebot an ihn richtet. Aus diesem Grund seien weitergehende Hinweise notwendig, da der Verbraucher von

einer Absicht des Händlers, an jegliche Verkehrskreise zu veräußern, nicht ausgehen könne.

Hinzu komme im zugrundeliegenden Streitfall, dass das Warenangebot bereits nicht auf Verbraucher angelegt sei. Es sei nicht anzunehmen, dass Verbraucher über Großformatdrucker verfügen, da sich handelsübliche Geräte auf Formate bis DIN A3 beschränken.

Aus diesen Gründen seien die erteilten Hinweise ausreichend, um klarzustellen, dass ein Verkauf an Verbraucher nicht stattfinde. Unterm Strich war dabei ausschlaggebend, dass der Verbraucher quasi „auf den ersten Blick“ erkennt, dass der Online-Händler zum ganz überwiegenden Teil ein Angebot bereithält, welches für Verbraucher nicht von Interesse ist.

VIII. OLG Hamm, Urteil vom 16.11.2016, 12 U 52/16

Das OLG Hamm hat mit seinem Urteil vom 16.11.2016 hohe Anforderungen an die optische Gestaltung einer Angebotsbeschränkung auf Gewerbetreibende gestellt.

1. Der Sachverhalt

Eine Unternehmerin bot auf einer Internetseite einen kostenpflichtigen Zugang zu einer Datenbank mit Kochrezepten ausschließlich für Gewerbetreibende an.

Um Zugang zur Datenbank zu erhalten, war eine Anmeldung des Kunden auf der Website erforderlich. Die Anmeldeseite war so gestaltet, dass der Kunde vor Anklicken des Buttons mit der Aufschrift „Jetzt anmelden“ ein Markierungskästchen anklicken musste, mit dem er seinen gewerblichen Nutzerstatus sowie das Akzeptieren der AGB bestätigte. Erfolgte die Markierung des Kästchens nicht, erschien lediglich ein Hinweis, der den Besteller dazu aufforderte, die Nutzungsbedingungen zu akzeptieren. Auf die fehlende Bestätigung des gewerblichen Nutzungsstatus wurde nicht hingewiesen. Neben der Anmeldemaske befanden sich auf der gleichen Seite drei optisch voneinander abgegrenzte Kästen, von denen der erste und der dritte Kasten für die Rezepte der Seite warben und der mittlere Kasten folgende Information enthielt:

“

"Die Nutzung des Angebots ist ausschließlich für Firmen, Gewerbetreibende, Vereine, Handwerksbetriebe, Behörden oder selbständige Freiberufler im Sinne des § 14 BGB zulässig. Durch Drücken des Buttons „Jetzt anmelden“ entstehen Ihnen Kosten von 238,80 Euro zzgl. Mwst pro Jahr (12 Monate zu je 19,90 Euro) bei einer Vertragslaufzeit von 2 Jahren."

”

Dieselbe Information fand sich auch unter der Überschrift „Hinweis“ am rechten unteren Bildschirmrand sowohl auf der Anmeldeseite als auch auf jeder weiteren Seite der Homepage, durch welche der Nutzer durch Anklicken der Reiter am oberen Rand navigieren konnte. Ferner trug der obere Rand jeder Unterseite den über der Reiter-Leiste angebrachten Schriftzug: „B2B Plattform für Gastronomie Gewerbe, Restaurants, Gaststätte, Chef-Köche & Profis“.

Ein Verbraucherschutzverband bemängelte, dass sich die Seite der Unternehmerin ihrem ganzen Erscheinungsbild nach an Verbraucher richte und so Verbraucherschutzvorschriften – insbesondere die gemäß § 312j Abs. 3 BGB erforderliche Beschriftung des Bestell-Buttons (sog. Button-Lösung) – nicht beachtet worden seien.

Das LG Dortmund sprach dem Verband in erster Instanz mit Urteil vom 23.02.2016 (25 O 139/15) einen Unterlassungsanspruch zu. Die Unternehmerin legte gegen dieses Urteil Berufung vor dem OLG Hamm ein.

2. Die Entscheidung des OLG Hamm: Optische Gestaltung des Hinweises nicht deutlich genug

Auch das OLG Hamm folgte der Ansicht des Verbraucherverbands. Es betonte, dass eine Beschränkung des Internetangebots auf Gewerbetreibende zwar grundsätzlich möglich sei. Die Angebotsbeschränkung unterliege jedoch bestimmten Anforderungen.

Zunächst müsse der Wille des Unternehmers, ausschließlich mit Gewerbetreibenden zu kontrahieren, klar und unmissverständlich zum Ausdruck kommen. Notwendig dafür sei

- ein deutlicher Hinweis auf die Angebotsbeschränkung und
- dass der Ausschluss von Verbrauchern hinreichend sichergestellt ist.

Im vorliegenden Fall habe die Unternehmerin – trotz der zahlreichen Hinweise auf ihrer Homepage – beide Anforderungen nicht erfüllt.

So sei die Überschrift „B2B Plattform für Gastronomie Gewerbe, Restaurants, Gaststätte, Chef-Köche & Profis“ nach Schriftart und Position leicht zu übersehen. Zudem ergebe sich daraus nicht zweifelsfrei eine Beschränkung auf die gewerbliche Nutzung.

Zudem heiße es unter „Hinweis“ und im mittleren Kasten auf der Anmeldeseite zwar, dass die Nutzung der Internetseite ausschließlich für Firmen, Gewerbetreibende, Handwerksbetriebe, Vereine oder Behörden und selbständige Freiberufler bestimmt sei. Im Vordergrund als „Blickfang“ stehe aber die farblich hervorgehobene Anmeldemaske. Auch der „Hinweis“ stehe lediglich am Rande und zudem mit anderen allgemeinen für Verbraucher interessanten Tipps, wie „Was koche ich heute“.

Bemängelt wurde zudem, dass das Feld „Firma“ in der Anmeldemaske kein Pflichtfeld war. Auch wenn ein Nicht-Verbraucher nicht stets eine Firma im handelsrechtlichen Sinne haben müsse, könne die freigestellte Eingabe einer Firma bei einem Verbraucher den Eindruck erwecken, dass eine gewerbliche/berufliche Nutzung nicht Voraussetzung der Anmeldung sei.

Auch der Hinweis im Markierungskästchen auf der Anmeldeseite hielt den Anforderungen der Richter nicht stand. Denn üblicherweise rechne ein Verbraucher an dieser Stelle nur mit zu akzeptierenden AGB. Dass zusätzlich der gewerbliche Nutzungsstatus bestätigt werden soll, könne – ohne Hervorhebung – übersehen werden. Das OLG Hamm ließ dabei jedoch offen, ob es stets die Anordnung eines gesonderten Markierungskästchens für die Bestätigung der gewerblichen Nutzung für erforderlich hält. Ebenfalls nicht ausreichend ist die Bestätigung der Unternehmereigenschaft über das Akzeptieren der

AGB, da diese von Verbrauchern regelmäßig nicht im Einzelnen gelesen würden und mit einer dort enthaltenen Beschränkung auf eine gewerbliche/berufliche Nutzung auch nicht ohne weiteres gerechnet werden müsse.

IX. BGH, Urteil vom 11.05.2017, I ZR 60/16

Der BGH hat mit Urteil vom 11.05.2017 einen transparenten und deutlichen Hinweis auf die Beschränkung des Erwerberkreises für einen wirksamen Ausschluss einer Verbraucherbeteiligung für ausreichend erachtet. Eine darüberhinausgehende Pflicht, durch geeignete Kontrollmaßnahmen im Ergebnis sicherzustellen, dass ausschließlich gewerbliche Abnehmer betrieblich verwendbare Waren erwerben können, verlangte der BGH in dem Urteil nicht (so noch BGH, Urteil vom 29.04.2010, I ZR 99/08; OLG Hamm, Urteil vom 16.11.2016, 12 U 52/16).

1. Sachverhalt: Beauftragter Rechtsanwalt führt Testkauf durch

In dem vom BGH zu entscheidenden Sachverhalt handelte ein Online-Shop mit Zubehör für Frankiermaschinen und Büromaterial. Im Jahr 2012 gab der Händler einem Konkurrenten gegenüber eine strafbewehrte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung ab. Mit dieser verpflichtete er sich, es künftig zu unterlassen, seine Produkte im Wege des Fernabsatzes an Verbraucher i. S. d. § 13 BGB zu verkaufen, ohne insbesondere in der gesetzlich vorgeschriebenen Weise über ein Widerrufs- oder Rückgaberecht zu informieren.

Am 25.03.2013 beauftragte der Konkurrent einen Rechtsanwalt mit der Durchführung eines Testkaufs im Online-Shop. Dabei befand sich auf jeder Seite des Shops folgender Hinweis: „Verkauf nur an Unternehmer, Gewerbetreibende, Freiberufler und öffentliche Institutionen. Kein Verkauf an Verbraucher i.S.d. § 13 BGB.“ Im räumlichen Zusammenhang mit den vom Kunden für die Bestellung einzugebenden Angaben zu seiner Person und dem Feld für die Auslösung der Bestellung („Bestellbutton“) fand sich zudem folgender Text: „Hiermit bestätige ich, dass ich die Bestellung als Unternehmer und nicht als Verbraucher i.S.d. § 13 BGB tätige und die allgemeinen Geschäftsbedingungen zur Kenntnis genommen habe.“

Der beauftragte Testkäufer löste die Bestellung aus und gab bei der Datenabfrage unter „Firma“ „Privat“ an. Zudem gab er als E-Mail-Adresse eine auf seinen Vor- und Nachnamen lautende Adresse an. Die getätigte Bestellung wurde beim Testkäufer umgehend automatisch bestätigt. Der Konkurrent war der Ansicht, dass der Betreiber des Online-Shops gegen die Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung verstoßen habe und forderte u. a. die Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von 17.500 Euro.

Die Vorinstanzen wiesen die Klage des Konkurrenten mit der Begründung zurück, dass der beauftragte Rechtsanwalt beim Testkauf schon nicht als Verbraucher gehandelt und der verklagte Online-Shop somit nicht gegen die Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung verstoßen habe (LG Neuruppin, Urteil vom 09.04.2014, 6 O 51/13; OLG Brandenburg, Urteil vom 16.02.2016, 6 U 92/14).

2. Die Entscheidung des BGH: Online-Shop richtet sich ausschließlich an Unternehmer

Auch die Revision zum BGH hatte keinen Erfolg. Der BGH verneinte einen Verstoß des Shop-Betreibers gegen die Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung.

a. Testkäufer handelte unredlich

Die Richter am BGH folgten zunächst der Auffassung der Vorinstanz – des OLG Brandenburg – und stellten fest, dass der beauftragte Rechtsanwalt bei der Bestellung nicht als Verbraucher, sondern als Unternehmer gehandelt hat.

Der Testkauf sei der beruflichen Sphäre des Rechtsanwalts zuzuordnen. Dass der Rechtsanwalt beim Testkauf unter der Rubrik „Firma“ den Begriff „privat“ eingetragen hat, stehe dieser Beurteilung nicht entgegen. Der Testkäufer habe sich gleich über mehrere deutliche Hinweise des Shops hinweggesetzt: Erstens über den deutlichen Hinweis im Online-Shop, dass ein Verkauf nur an Unternehmer, Gewerbetreibende, Freiberufler und öffentliche Institutionen, nicht jedoch an Verbraucher erfolge. Zweitens (durch Auslösen des Bestellbuttons) über die unmittelbar darüber befindliche Erklärung, dass er die Bestellung als Unternehmer und nicht als Verbraucher tätige.

Daraus folgerte der BGH: Der Testkäufer habe zunächst im Einklang mit der objektiven Sachlage den Anschein eines gewerblichen Erwerbszwecks erzeugt und erst anschließend bei den jetzt möglichen Eingaben zur Bestellung das Wort „privat“ bei der Abfrage der Unternehmensbezeichnung eingetragen, um so in bewusstem Widerspruch zu seinem vorherigen Verhalten einen privaten Erwerbszweck behaupten zu können. Aus diesem Grund könne sich das klagende Konkurrenzunternehmen nicht darauf berufen, dass der Testkäufer Verbraucher ist.

b. BGH: gelockerte Anforderungen an reine B2B-Shops

Im Folgenden stellte der BGH ausdrücklich fest, dass sich der Online-Shop ausschließlich an Unternehmer, Gewerbetreibende, Freiberufler und öffentliche Institutionen richte und ein Angebot an Verbraucher ausgeschlossen sein soll.

Konkret heißt es dazu in den Entscheidungsgründen: „Die Beklagte hat nicht durch ihren Internetauftritt oder andere Werbemaßnahmen dem allgemeinen Verkehr zu erkennen gegeben, dass sie zum Verkauf der angebotenen Waren ohne Rücksicht darauf bereit ist, welche Zwecke der Käufer mit dem Erwerb der Ware verfolgt [...]. Sie hat vielmehr deutlich gemacht, nicht an Verbraucher, sondern nur an Unternehmer verkaufen zu wollen.“

Nach dem BGH genügen für den rechtssicheren Ausschluss einer Verbraucherbeteiligung somit nunmehr folgende Vorkehrungen:

- Hinweis auf jeder Seite im Online-Shop, dass ein Verkauf ausschließlich an Unternehmer, Gewerbetreibende, Freiberufler und öffentliche Institutionen erfolgt.
- Ausdrücklicher Hinweis im Bestellprozess, dass die Bestellung als Unternehmer getätigt wird.

Eine „virtuelle Ein- und Ausgangskontrolle“ dergestalt, dass Shop-Betreiber durch technische Maßnahmen sicherstellen, dass auch tatsächlich nur Unternehmer Zugang zu ihren Angeboten zu erlangen bzw. Bestellungen auszulösen können, fordert der BGH nicht. Dadurch lockert der BGH die bislang strengen Anforderungen an reine B2B-Shops erheblich.

Der BGH stellte in diesem Zusammenhang sogar fest, dass (widersprüchliche) Kundendaten, die für eine Verbraucher- und somit gegen eine Unternehmereigenschaft des Kunden sprechen, bei einer deutlichen Angebotsbeschränkung unschädlich seien. Konkret heißt es dazu im Urteil des BGH: „Die Angabe einer auf Vor- und Nachnamen lautenden E-Mail-Adresse musste unter diesen Umständen aus Sicht der Beklagten nicht gegen einen beruflichen oder gewerblichen Verwendungszweck sprechen. Zwar konnte der Eintrag „privat“ im Feld „Firma“ trotz der vorherigen, anderslautenden Erklärung bei der Beklagten Zweifel wecken, ob es sich nicht doch um eine Bestellung für den privaten Bedarf handelte. Der Umstand, dass die Beklagte die Bestellung unter diesen Umständen trotz widersprüchlicher Angaben des Käufers ausführte, hindert sie jedoch nicht, geltend zu machen, dieser Testkauf stelle keine eine Vertragsstrafe auslösende Zuwiderhandlung gegen ihre Unterlassungspflichten dar.“

C. Umsetzung der Anforderungen an B2B-Shops

Doch wie können die Anforderungen der Rechtsprechung an die Beschränkung des Erwerberkreises nun konkret umgesetzt werden?

I. Transparenz, Transparenz, Transparenz

Wie die Rechtsprechung mehrfach herausgestellt hat, ist für eine Beschränkung des Erwerberkreises ein deutlicher, transparenter Hinweis an geeigneter Stelle notwendig. Der Verbraucher muss quasi „auf den ersten Blick“ erkennen, dass sich die Angebote nur an Gewerbetreibende, also nicht an Verbraucher richten und Verbraucher die Angebote nicht wahrnehmen dürfen. Oberstes Gebot für einen rechtlich wirksamen Ausschluss von Verbrauchern ist demnach Transparenz.

Nicht ausreichend ist daher

- ein Hinweis auf die Angebotsbeschränkung allein in den AGB (OLG Hamm, Urteil vom 16.11.2016, 12 U 52/16; LG Leipzig, Urteil vom 26.07.2013, 08 O 3495/12), insbesondere, wenn er „versteckt“ ist (vgl. OLG Hamm, Urteil vom 28.02.2008, 4 U 196/07)
- ein Domainname oder ein Teil der URL, der auf eine Beschränkung auf eine gewerbliche Nutzung hinweist (vgl. OLG München, Beschluss vom 02.09.2009, 6 W 2070/09)
- ein Hinweis auf die Möglichkeit einer Sammelbestellung und die Einräumung eines Mengenrabatts (vgl. OLG München, Beschluss vom 02.09.2009, 6 W 2070/09))
- die Anrede „Willkommen liebe Geschäfts- und Gewerbekunden“ auf der Startseite des Online-Shops (LG Leipzig, Urteil vom 26.07.2013, 08 O 3495/12)
- die Kopfzeile "Business to Business Marktplatz für Geschäftskunden, für Firmen, Gewerbetreibende, Vereine, Handwerksbetriebe, Behörden oder selbstständige Freiberufler im Sinne des § 14 BGB " (LG Leipzig, Urteil vom 26.07.2013, 08 O 3495/12)
- der Hinweis "B2B - Marktplatz für Geschäftskunden" (LG Leipzig, Urteil vom 26.07.2013, 08 O 3495/12)

- die Kopfzeile „B2B Plattform für Gastronomie Gewerbe, Restaurants, Gaststätte, Chef-Köche & Profis“ (OLG Hamm, Urteil vom 16.11.2016, 12 U 52/16)
- ein Hinweis auf die Angebotsbeschränkung zusammen mit dem Hinweis auf die AGB in einem Markierungskästchen in der Anmeldemaske (OLG Hamm, Urteil vom 16.11.2016, 12 U 52/16)

Notwendig ist vielmehr eine eindeutige, unmissverständliche und deutliche Beschränkung auf Gewerbetreibende. Diese darf auch nicht im Widerspruch zu anderen Formulierungen stehen, die darauf hindeuten, dass Geschäfte mit Verbrauchern abgeschlossen werden (vgl. BGH, Urteil vom 31.03.2010 (I ZR 34/08)).

Dieser Hinweis sollte

- auf der Startseite des Online-Shops (LG Berlin, Urteil vom 09.02.2016, 102 O 3/16)
- auf jeder Unterseite des Online-Shops (BGH, Urteil vom 11.05.2017, I ZR 60/16)
- in den AGB unter einem eigenen Regelungspunkt (LG Berlin, Urteil vom 09.02.2016, 102 O 3/16)
- und im Bestellprozess (BGH, Urteil vom 11.05.2017, I ZR 60/16; LG Berlin, Urteil vom 09.02.2016, 102 O 3/16)

zu finden sein. Ein einzelner Hinweis (egal an welcher Stelle) auf die Angebotsbeschränkung dürfte grundsätzlich nicht ausreichen.

Der Hinweis muss zudem eindeutig formuliert sein. Als wirksame Formulierung für den Hinweis auf der Startseite, jeder Unterseite und in den AGB kommen folgende Gestaltungen in Betracht:

- „Nur für gewerbliche Kunden. Alle angegebenen Preise sind zzgl. Gesetzlicher MwSt.“ (LG Berlin, Urteil vom 09.02.2016, 102 O 3/16)
- „Verkauf nur an Unternehmer, Gewerbetreibende, Freiberufler und öffentliche Institutionen. Kein Verkauf an Verbraucher i.S.d. § 13 BGB.“ (BGH, Urteil 11.05.2017, I ZR 60/16)

Als eindeutige Formulierung im Bestellvorgang kommen folgende Gestaltungsmöglichkeiten in Betracht:

- Unter dem Button „Zum sicheren Bestellvorgang“: „Mit der Bestellung bestätigen Sie als gewerblicher Unternehmer zu kaufen“ (LG Berlin, Urteil vom 09.02.2016, 102 O 3/16) oder „Hiermit bestätige ich, dass ich die Bestellung als Unternehmer und nicht als Verbraucher i.S.d. § 13 BGB tätige und die allgemeinen Geschäftsbedingungen zur Kenntnis genommen habe.“ oder
- Durch Setzen eines Häkchens in einem gesonderten Markierungskästchen (Checkbox), mit dem der Kunde bestätigt, dass er den Online-Shop als Gewerbetreibender ausschließlich für gewerbliche Zwecke nutzt und er den Beschränkungshinweis gelesen und verstanden hat (OLG Hamm, Urteil vom 16.11.2016, 12 U 52/16).

II. Optische Gestaltung der Angebotsbeschränkung

Um rechtlich auf Nummer sicher zu gehen, sollte der Hinweis zudem deutlich durch eine besondere Farbwahl oder durch Fettdruck hervorgehoben werden. Hier sollte als Orientierungshilfe das Urteil des LG Berlin vom 09.02.2016 (102 O 3/16) herangezogen werden. Dieses stuft einen Hinweis auf der Startseite in großer roter Schrift „Nur für gewerbliche Kunden. Alle angegebenen Preise sind zzgl. Gesetzlicher MwSt.“ als wirksame Verkaufsbeschränkung ein.

III. „Virtuelle Ein- und Ausgangskontrolle“ bei transparentem und deutlichen Hinweis nicht erforderlich

Die Rechtsprechung verlangte in früheren Urteilen zusätzlich zu einem deutlichen und transparenten Hinweis, dass Händler durch geeignete technische Maßnahmen sicherstellen müssen, dass ausschließlich gewerbliche Abnehmer die jeweiligen Artikel erwerben können (BGH, Urteil vom 29.04.2010, I ZR 99/08; OLG München, Beschluss vom 02.09.2009, 6 W 2070/09; OLG Hamm, Urteil vom 20.09.2011, I-4 U 73/11).

In seinem aktuellen Urteil vom 11.05.2017 (I ZR 60/16) fordert der BGH eine solche zusätzliche Kontrolle jedenfalls für Waren, die nicht auf Verkaufsplattformen angeboten werden, nicht mehr. Eine aufwändige „virtuelle Ein- und Ausgangskontrolle“ etwa dergestalt, dass Händler vor Ausfertigung der Bestellung anhand der Umsatzsteuer-Identifikationsnummer des Kunden die Unternehmereigenschaft desselbigen ermitteln müssen, muss daher – bei einem ausreichend transparenten und deutlichen Hinweis auf die Angebotsbeschränkung – nicht mehr durchgeführt werden (vgl. dazu noch OLG Hamm, Urteil vom 20.09.2011, I-4 U 73/11).

IV. Vorsicht bei Verkaufsplattformen

Der BGH hat einen deutlichen und transparenten Hinweis für einen wirksamen Ausschluss von Verbrauchern in Bezug auf die rechtliche Beurteilung eines Online-Shops für ausreichend erachtet (BGH, Urteil vom 11.05.2017, I ZR 60/16). Auf typischerweise für Verbraucher zugängliche Verkaufsplattformen wie eBay ist diese Rechtsprechung nicht ohne weiteres übertragbar. Denn: Auf Marktplätzen wie eBay tummeln sich überwiegend Verbraucher. Bietet ein Händler seine Waren auf einer derartigen Plattform an, kann ein Verbraucher daher von vornherein erwarten, dass sich ein Angebot (auch) an ihn richtet.

Aus diesem Grund sind nach der Rechtsprechung auf Verkaufsplattformen wie eBay weitergehende Vorkehrungen notwendig, um eine Verbraucherbeteiligung auszuschließen (vgl. BGH, Urteil vom 31.03.2010, I ZR 34/08; LG Berlin, Urteil vom 09.02.2016, 102 O 3/16). Hier müssen Vorkehrungen dahingehend getroffen werden, dass wirklich nur Gewerbetreibende Gebote abgeben können (BGH, Urteil vom 29.04.2010, I ZR 99/08). Das OLG Hamm nannte als Beispiel für eine derartige Vorkehrung die Möglichkeit, sich etwa durch die Mitteilung einer Umsatzsteueridentifikationsnummer o.ä. als Unternehmer zu legitimieren (OLG Hamm, Urteil vom 20.09.2011, I-4 U 73/11).

V. Vorsicht bei Waren, die typischerweise von Verbrauchern konsumiert werden

Das LG Berlin hat in seinem Urteil vom 09.02.2016 (102 O 3/16) den in Frage stehenden Hinweis auf die Angebotsbeschränkung als ausreichend deutlich erachtet. Diese Beurteilung begründete er u.a. damit, dass das Warenangebot des zu beurteilenden Online-Shops bereits nicht auf Verbraucher angelegt war.

So sei nach Auffassung der Berliner Richter nicht anzunehmen, dass Verbraucher über Großformatdrucker verfügen, da sich handelsübliche Geräte auf Formate bis DIN A3 beschränken.

Der BGH hat den Hinweis eines Shops auf die Angebotsbeschränkung mit Urteil vom 11.05.2017 (I ZR 60/16) ebenfalls für ausreichend erachtet. In dem zugrundeliegenden Sachverhalt handelte der Händler mit Frankiermaschinen und Büromaterial, also ebenfalls Waren, die wohl (zumindest teilweise) größtenteils von Händlern erworben werden. Der BGH zieht dies in seinen Entscheidungsgründen zwar nicht als Argument heran, weshalb er den Hinweis als ausreichend erachtet. Jedoch sollten Händler bei Waren, die typischerweise von Verbrauchern konsumiert werden (bspw. Kleidung, Kosmetika etc.), besondere Vorsicht walten lassen und ggf. weitere Vorkehrungen (wie bspw. verpflichtende Angabe der Umsatzsteueridentifikationsnummer) treffen, um einen Ausschluss von Verbrauchern sicherzustellen.

Autor:

Dr. Bea Brünen

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)