

von Dr. Bea Brünen

## B2B-Shops: BGH lockert Anforderungen an wirksame Beschränkung des Erwerberkreises

Die Rechtsprechung hat die Beschränkung des Erwerberkreises bei reinen B2B-Shops **bislang strengen Voraussetzungen** unterworfen. So waren Händler insbesondere verpflichtet, durch eine Art "virtuelle Ein- und Ausgangskontrolle" sicherzustellen, dass tatsächlich nur Unternehmer eine Bestellung auslösen können. In einem aktuellen Urteil ließ der BGH nun einen deutlichen Hinweis im Online-Shop auf die Angebotsbeschränkung genügen. Was B2B-Händler nach dem Urteil des BGH künftig zu beachten haben, um rechtlich auf der sicheren Seite zu sein, erfahren Sie im Folgenden.

### A. Rechtliche Vorteile reiner B2B-Shops

Shop-Betreiber, die ihre Produkte (auch) Verbrauchern anbieten, müssen im Gegensatz zu Händlern, die ausschließlich im B2B-Bereich tätig sind, zahlreiche verbraucherschützende Vorschriften beachten:

- Insbesondere müssen Online-Händler bei Geschäften mit Verbrauchern die zahlreichen abmahngefährdeten Informationspflichten aus dem Fernabsatzrecht erfüllen (vgl. § 312d Abs. 1 BGB i. V. m. Art. 246a EGBGB).
- Bei der Preisgestaltung müssen B2C-Händler zudem die komplexen Regelungen der Preisangabenverordnung (PangV) beachten und somit insbesondere die Mehrwertsteuer sowie die Versandkosten ausweisen.
- Auch bei der Gestaltung von AGB stellt das Gesetz B2C-Händler vor zahlreiche rechtliche Hürden, die ein B2B-Händler nicht nehmen muss. So kann ein B2B-Händler bspw. ohne Probleme in AGB Gewährleistungsrechte ausschließen, während dies bei B2C-Geschäften nicht zulässig ist.

Aufgrund dieser rechtlichen Vorteile ist es für Händler (auf den ersten Blick) natürlich verlockend, ihr Angebot auf Unternehmer zu beschränken.

## B. Bistlang: Strenge Anforderungen an reine B2B-Shops

Doch auch reinen B2B-Shops drohen rechtliche Stolpersteine. Die Rechtsprechung hat für B2B-Händler spezielle Regelungen aufgestellt, die diese zwingend einhalten müssen. So fordert die Rechtsprechung von B2B-Shops, dass diese im Rahmen ihrer Angebote und der Abwicklung der Geschäfte alles ihnen Zumutbare unternehmen, um eine mögliche Verbraucherbeteiligung weitgehend auszuschließen.

Bei der Beurteilung dessen, was B2B-Händlern zum Ausschluss von Verbrauchern "zumutbar" ist, hat die Rechtsprechung bislang eine (relativ) strenge Linie vertreten. Insbesondere das OLG Hamm stellte B2B-Händler hier vor große rechtliche Hürden (vgl. dazu OLG Hamm, Urteil vom 16.11.2016, 12 U 52/16).

B2B-Händler mussten nach der bisherigen Rechtsprechung folgende Vorkehrungen treffen, um eine Verbraucherbeteiligung auszuschließen:

- Implementierung eines **deutlichen, transparenten und (durch Farbwahl oder Fettdruck) hervorgehobenen Hinweises an geeigneter Stelle**, dass sich die Angebote nur an Gewerbetreibende richten und Verbraucher die Angebote nicht wahrnehmen dürfen.
- Sicherstellung durch **geeignete technische Maßnahmen**, dass ausschließlich gewerbliche Abnehmer die jeweiligen Artikel erwerben können. Verbrauchern muss konkret die Möglichkeit genommen werden, Bestellungen auszulösen. Dafür ist vom Händler eine Art "**virtuelle Ein- und Ausgangskontrolle**" durchzuführen. Bei dieser muss der Händler entweder anhand von vom Kunden eingereichten Unterlagen (etwa Gewerbeschein, sog. "striktes Zulassungsverfahren") oder anhand von vom Kunden gemachten Angaben (bspw. zum Firmennamen, zum Sitz, zur Branche etc., sog. "vereinfachtes Zulassungsverfahren") vor Durchführung der Bestellung die Unternehmereigenschaft des Kunden überprüfen.

## C. Jetzt: BGH lässt einfachen Hinweis genügen

Diese strengen Anforderungen hat der BGH mit Urteil vom 11.05.2017 (I ZR 60/16) teilweise gekippt.

## I. 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).

## II. 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.

### 1. 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 folgte 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.

### 2. 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.
- **Ausdrückliches Bestätigungskästchen im Bestellprozess**, dass die Bestellung als Unternehmer getätigt wird.

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

Eine "**virtuelle Ein- und Ausgangskontrolle**" in Form eines Zulassungsverfahrens etwa durch die Angabe von Informationen, die die Unternehmereigenschaft des Kunden bestätigen, 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."*

Wie die Hinweise in dem Online-Shop **optisch gestaltet** waren, ergibt sich nicht aus dem im Urteil dargestellten Sachverhalt. Auch in den Entscheidungsgründen äußert sich der BGH nicht zu den Anforderungen an die optische Gestaltung der Angebotsbeschränkung. Um rechtlich auf Nummer sicher zu gehen, sollte diese jedoch 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 stufte einen Hinweis auf der Startseite in großer roter Schrift "Nur für

gewerbliche Kunden. Alle angegebenen Preise sind zzgl. Gesetzlicher MwSt." als wirksame Verkaufsbeschränkung ein.

### 3. Weiterhin Vorsicht bei Verkaufsplattformen

Der BGH hat die Vorkehrungen für einen wirksamen Ausschluss von Verbrauchern in Bezug auf die rechtliche Beurteilung eines Online-Shops für ausreichend erachtet. 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 Hinweise notwendig, um eine Verbraucherbeteiligung auszuschließen (vgl. LG Berlin, Urteil vom 09.02.2016, 102 O 3/16).

## D. Fazit

Die Entscheidung des BGH erleichtert Händlern die Betreuung reiner B2B-Shops erheblich. Eine "virtuelle Ein- und Ausgangskontrolle", die für Shop-Betreiber wohl die bislang größte Herausforderungen darstellte, wird damit grundsätzlich nicht mehr notwendig sein. Ausreichend sind vielmehr ein deutlicher, transparenter Hinweis auf jeder Shop-Seite sowie ein Markierungskästchen, mit dem der Kunde seine Unternehmereigenschaft bestätigen muss.

Autor:

**Dr. Bea Brünen**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)