

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Aktuell: Werbung mit einem "sicheren Versand" wird abgemahnt

Derzeit mahnt ein bekannter Abmahnverband Händler ab, die mit einem sicheren Versand ihrer Ware werben. Im Gegensatz zu den Abmahnklassikern „versicherter“ und „unversicherter“ Versand, die sich bereits als Tabuwörter bei den Händler eingebrannt haben, trifft man die Werbung mit einem sicheren Versand doch recht häufig an.

Was ist der rechtliche Hintergrund?

Kauft ein Verbraucher eine bewegliche Sache bei einem Unternehmer, z.B. über das Internet, liegt ein sog. Verbrauchsgüterkauf vor.

Wird die Ware dann an den Kunden versendet, liegt zudem ein sog. Versendungskauf vor. Im Ecommerce ist dies nahezu immer der Fall. Bei einem Versendungskauf geht nach der allgemeinen Vorschrift des § 447 Abs. 1 BGB die Gefahr des Untergangs oder der Beschädigung der versendeten Ware bereits dann auf den Käufer über, sobald der Verkäufer die Sache dem Spediteur, dem Frachtführer oder der sonst zur Ausführung der Versendung bestimmten Person oder Anstalt übergeben hat.

Liegt jedoch ein Verbrauchsgüterkauf vor (was ebenfalls die Regel im Ecommerce ist, geht es um ein B2C-Geschäft), greift jedoch eine wichtige Ausnahme nach § 475 Abs. 2 BGB:

Die vorstehend geschilderte Gefahrtragungsregel des § 447 Abs. 1 BGB gilt bei einem Verbrauchsgüterkauf nur dann, wenn der Käufer den Spediteur, den Frachtführer oder die sonst zur Ausführung der Versendung bestimmte Person oder Anstalt mit der Ausführung beauftragt hat und der Unternehmer dem Käufer diese Person oder Anstalt nicht zuvor benannt hat.

Der Regelfall im Ecommerce ist jedoch genau andersherum, da dort in aller Regel der Verkäufer bereits konkrete Versandmethoden, -anbieter und -kosten benennt.

Dies bedeutet, dass bei einem Kauf einer beweglichen Sache im Internet, wenn der Verkäufer ein Unternehmer und der Käufer ein Verbraucher ist die Gefahr, den Kaufpreis zahlen zu müssen ohne die Ware bzw. eine beschädigte Ware zu erhalten nicht schon nach § 447 Abs. 1 BGB mit Übergabe der Waren an den Frachtführer auf den Käufer übergeht, sondern erst mit Übergabe der Ware an den Verbraucher bzw. dann, wenn der Verbraucher mit der Annahme in Verzug gerät, vgl. § 446 BGB.

Oder auf „deutsch“: Kauft ein Verbraucher bei einem Onlinehändler, kann dem Verbraucher vollkommen egal sein, was mit der bestellten und ggf. bereits bezahlten Ware auf dem Versandweg geschieht. Er ist durch zwingendes Verbraucherschutzrecht abgesichert. Allein der Verkäufer trägt das Transportrisiko und verliert ggf. den Anspruch auf Kaufpreiszahlung bzw. muss ggf. erneut liefern, geht die Ware verloren bzw. wird diese beschädigt.

Dabei handelt es sich schließlich um eine zwingende gesetzliche Vorgabe, so dass das Transportrisiko

etwa durch eine AGB-Klausel nicht zum Nachteil des Verbrauchers auf diesen abgewälzt werden kann.

Werbung mit „versichertem“ oder „unversicherten“ Versand daher irreführend

Da dem Verbraucher aus den bereits geschilderten Gründen vollkommen egal sein kann, wie der Verkäufer die Ware versendet, ist die Erwähnung eines „versicherten“ oder eines „unversicherten“ Versands beim Verkauf an Verbraucher als irreführend anzusehen.

In ersterem Fall geht der Verbraucher davon aus, er erhalte hier etwas „Besonderes“ vom Verkäufer. Dies trifft jedoch in der Sache gar nicht zu, da der Verbraucher durch die gesetzlichen Vorgaben vollkommen geschützt ist, auch wenn der Unternehmer die Ware „unversichert“ verschickt. Denn: Jedes Problem auf dem Versandweg geht auf die Kappe des Händlers. Der Verbraucher hat also in der Praxis keinen Vorteil.

Im letzteren Fall geht der Verbraucher davon aus, dass er im Falle eines Versandproblems das „Nachsehen“ hat, weil er einen „unversicherten“ Versand gewählt hat. Auch dies trifft in der Sache jedoch aus den genannten Gründen in keiner Weise zu.

Rechtsprechung zu „versichertem Versand“ ist eindeutig

Dementsprechend eindeutig sieht die Rechtsprechung die Werbung mit einem „versicherten“ Versand klar als abmahnbaren Wettbewerbsverstoß an (so etwa OLG Hamm, Urteil vom 22.11.201, Az.: I-4 U 98/11; LG Stuttgart, Beschluss vom 26.06.2008 – Az.: 35 O 66/08; LG Mannheim, Urteil vom 13.09.2006 – Az.: 24 O 80/06; LG Frankenthal, Urteil vom 12.04.2013, Az.: 1 HK O 13/12).

Ebenso wird spiegelbildlich bei der Erwähnung eines „unversicherten“ Versands von einer abmahnbaren Irreführung auszugehen sein (so etwa LG Düsseldorf, andere Ansicht: LG Hamburg).

Von daher gilt: Finger weg von der Bewerbung einer (nicht bestehenden) Versandversicherung, insbesondere von den Ausdrücken „versichert“ oder „unversichert“ im Zusammenhang mit dem Warenversand! Es gibt wohl kaum einen größeren Abmahnklassiker – sparen Sie sich diesen unnötigen Ärger.

Aktuell geht es aber um etwas anderes

Der Abmahnverband mahnt aktuell ausdrücklich nicht die Werbung mit einem „versicherten“ oder „unversicherten“ Versand ab, sondern vielmehr die Bewerbung eines sicheren Versands.

Der Unterschied besteht darin, dass eben nicht mit einer bestehenden bzw. nicht bestehenden Versand- oder Transportversicherung geworben wurde, sondern lediglich mit dem Attribut „sicher“.

Der Verband argumentiert hierzu in seiner Abmahnung knapp und nach Auffassung der IT-Recht Kanzlei auch an der Sache vorbei, dass der Verkäufer hier den Verbraucher darüber täusche, dass die Transportgefahr beim Unternehmer liegt und er diese gar nicht auf den Verbraucher abwälzen kann.

Ferner werde gegenüber dem Verbraucher diese „Selbstverständlichkeit“ als „besondere Wohltat“ hervorge stellt. Die Abmahnbarkeit ergebe sich aus einem Verstoß gegen Nr. 10 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG.

Der Abmahnverband betritt nach Kenntnis der IT-Recht Kanzlei hier Neuland, jedenfalls liegen von diesem zu diesem Thema bisher hier noch keine früheren Abmahnungen vor.

Die Begründung der Abmahnung in diesem Punkt ist jedenfalls sehr dünn und wenig nachvollziehbar.

Täuschung über Transportgefahr?

Entgegen der Auffassung des Abmahnverbands liegt hier jedenfalls keine eindeutige Täuschung über die Transportgefahr vor.

Während bei den Formulierungen „versichert“ und „unversichert“ mit Bezug auf den Versand ganz klar auf eine Rechtsfolge Bezug genommen wird, nämlich den (fehlenden) Schutz der Sendung durch (k)eine Versicherungsleistung im Verlust- und Beschädigungsfall und der Verbraucher dadurch davon ausgehen muss, er sei im Falle des Verlusts / der Beschädigung der Ware (nicht) abgesichert, ist dies bei der bloßen Aussage „sicher“ nach Auffassung der IT-Recht Kanzlei nicht der Fall.

Der Durchschnittsverbraucher knüpft an die Aussage „sicher“ bezüglich des Versands eher keine Rechtsfolge. Er sieht diese Werbung vielmehr als allgemeine, beschreibende Aussage zu den Versandeigenschaften, insbesondere mit Bezug auf eine ordentliche Transportverpackung, welche die Integrität der Ware sicherstellt.

Eine solche ist vom Gesetz aber in keiner Form vorgeschrieben oder geregelt (wenngleich natürlich auch hier verbraucherschützende Vorschriften zugunsten des Verbrauchers greifen, kommt die Ware wegen schlechter Verpackung beschädigt bei ihm an).

Ferner ist der Verbraucher nicht nur daran interessiert, dass er letztlich nicht auf einem Schaden, der durch unsachgemäße Verpackung sitzen bleibt (was durch die gesetzlichen Regelungen ja auch gerade ausgeschlossen werden soll), sondern auch daran, die Ware von Anfang an einwandfrei zu erhalten um diese sofort einsetzen und keinen weiteren Aufwand mit einer Reklamation zu haben. Dazu trägt eine sichere Versandverpackung maßgeblich bei (ohne sich auf die Rechtsfolgen auszuwirken).

Fraglich ist auch, wo dann die Grenze zur Irreführung zu ziehen ist.

Darf dann als Onlinehändler etwa auch nicht mehr mit einer sicheren Verpackung eines Produkts geworben werden? So sind viele Produkte bereits herstellerseitig mit einer besonderen (sicheren) Verpackung ausgestattet, um diese auch nach dem Versand noch sicher transportieren zu können. Diese (aufwendigere) Verpackung zahlt der Kunde mit und damit auch ein wertbildendes Merkmal der Ware.

Ggf. wäre – würde man der Ansicht des Verbands folgen – dann auch die Erwähnung einer Trackingmöglichkeit bzw. das Übersenden eines Trackinglinks als problematisch anzusehen. Schließlich kann dem Verbraucher nach dem Gesetz ja egal sein, ob und wann die Ware ankommt.

Will man die Schutzwirkung der verbraucherschützenden Vorgaben derart weit erstrecken wie der Abmahnverband, könnte ein rechtliches Problem auch dann bestehen, wenn die besondere Qualität,

Verarbeitung oder Haltbarkeit der Ware beworben wird, ist der Verbraucher doch durch die zwingenden Mängelrechte bei nicht ausreichender Qualität, Verarbeitungsdefiziten oder einem Defekt binnen der ersten 6 Monate ab Übergabe vollumfänglich abgesichert.

Ausgang einer gerichtlichen Entscheidung ungewiss

Auch wenn die Argumentation des Verbands konstruiert wirkt, erscheint es zumindest denkbar, dass sich ein Gericht dieser (wieder einmal im Dienste des Verbraucherschutzes) anschließen könnte.

Es ist daher sehr fraglich, wie sich hier ein Gericht positionieren würde.

Hängt das Gericht den Verbraucherschutz an vorderster Stelle auf, ließe sich natürlich ein Weg konstruieren, hier eine Irreführung des Verbrauchers zu erblicken, da ihm nach den gesetzlichen Regelungen schließlich egal sein kann, ob der Versand „sicher“ oder „unsicher“ erfolgt.

Stellt man auf den eigentlichen Zweck der Aussage und das Verständnis der angesprochenen Verbraucher an, dürfte eher nicht von einer Täuschung über das Transportrisiko auszugehen sein.

Es wird zur Vorsicht geraten

Von daher – und um die lästigen Abmahnungen dieses Verbands von vorneherein zu umgehen – sollten Händler prophylaktisch die Werbung mit einem sicheren Versand einstellen, jedenfalls bis eine gerichtliche Klärung dieser Problematik vorliegt.

Dabei muss nicht nur an die textliche Bewerbung gedacht werden, sondern auch an Logos und Grafiken.

Konsequenterweise sollte dann auch die Bewerbung einer sicheren (Transport)Verpackung unterbleiben.

Enormer Angriffsfaktor

Gibt man bei Google „sicherer Versand Warenkorb“ als Suchbegriffe ein, werden 306.000 Ergebnisse ausgespuckt. Die Bewerbung eines sicheren Versands ist sehr verbreitet. Dementsprechend viele potentielle Empfänger eines solchen Abmahnschreibens vorhanden..

Es bleibt abzuwarten, ob der Abmahnverband hier nur experimentiert, oder eine Welle an Abmahnungen wegen dieser Thematik folgen wird.

Fazit: Ausgang ungewiss...

Es bleibt abzuwarten, wie sich die Gerichte zu dieser Frage positionieren werden.

Die besseren Gründe sprechen nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei dafür, darin keine abmahnbare Irreführung der Verbraucher zu erblicken.

Dennoch, insbesondere um keine solche Abmahnung zu riskieren, empfiehlt es sich für Onlinehändler, bis auf weiteres nicht mehr mit einem sicheren Versand zu werben.

Wir werden berichten, sobald hierzu eine gerichtliche Entscheidung bekannt wird.

Sie möchten rechtssicher im Ecommerce auftreten? Dann sind [unsere Schutzpakete für Onlinehändler](#) die richtige Wahl für Sie!

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt