

LG Berlin: Widerrufsrecht bei Verkäufen über den Amazon-Marketplace

BGB §§ 126b, 145, 312c, 312e Abs. 1 Nr. 3, 355; BGB-InfoV § 1 Abs. 1 Nr. 10

Leitsätze der Redaktion

- 1. Eine auf dem Amazon-Marketplace abrufbare Offerte beinhaltet noch keine bindende, auf den Verkauf der Ware gerichtete Willenserklärung i.S.d. § 145 BGB, sondern stellt lediglich eine Aufforderung an den Betrachter dar, seinerseits ein Kaufangebot abzugeben (sog. invitatio ad offerendum).**
- 2. Nimmt der Unternehmer die Bestellung des Verbrauchers erst durch Versendung einer den Vertragsschluss bestätigenden E-Mail an, der eine Widerrufsbelehrung beigefügt ist, belehrt er seine Kunden bei Vertragsschluss in Textform über ihr Recht zum Widerruf, sodass es bei der zweiwöchigen Widerrufsfrist verbleibt, weil § 355 Abs. 2 Satz 2 BGB den längeren Fristlauf ausdrücklich an die Voraussetzung einer erst nach - und nicht bei - Vertragsschluss erfolgten Belehrung knüpft.**
- 3. Die objektiv unzutreffende Belehrung nach § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB „frühestens mit Erhalt dieser Belehrung“ auf der Internetseite ist nicht wettbewerbswidrig, weil ein durchschnittlich informierter und aufmerksamer Verbraucher nicht annehmen wird, die Widerrufsfrist beginne schon in dem Zeitpunkt, in dem er die Widerrufsbelehrung erstmals am Bildschirm wahrgenommen hat, sondern die gerade versendete E-Mail beinhalte den „Erhalt“ der Belehrung und setze den Fristlauf in Gang.**

LG Berlin, *Urteil* vom 24.5.2007 - 16 O 149/07 (*nicht rechtskräftig*)

Sachverhalt

Die Parteien handeln im Internet mit Computerartikeln. Die Ag. bot auf der Plattform Amazon.de ein Multifunktionsgerät P an. Das Angebot enthielt einen Link „Widerrufsbelehrung & Andere Verkäuferinformationen“, bei dessen Betätigung u.a. die folgende Information erschien: „Sie können Ihre Vertragserklärung innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen in Textform (z.B. per Brief, Fax, E-Mail) oder durch Rücksendung der Sache widerrufen. Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung.“

Die Kammer hat der Ag. durch B. v. 13.3.2007 im Wege der einstweiligen Verfügung unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel antragsgemäß untersagt, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs über die Internethandelsplattform „amazon.de“ den Abschluss entgeltlicher Verträge mit privaten Endverbrauchern über die Lieferung von Computerartikeln anzubieten und/oder anbieten zu lassen und dabei eine Widerrufsfrist von zwei Wochen anzugeben und über den Beginn der Widerrufsfrist mit „frühestens mit Erhalt dieser Belehrung“ zu informieren. Gegen diese Beschlussverfügung hat die Ag. Widerspruch

eingelegt und behauptet, sie übersende ihren Kunden im Moment der Warenversendung eine E-Mail mit der Bestätigung des Vertragsschlusses, welche erneut die Widerrufsbelehrung enthalte. Die Ag. vertritt ferner die Auffassung, die Textform der Widerrufsbelehrung sei bereits dann gewahrt, wenn die Möglichkeit der dauerhaften Abspeicherung des Texts auf dem Computer bestehe. Ausgenommen seien allein sog. NUR-Lese-Dateien. Dieses Ergebnis entspreche auch der Informationsfunktion der Textform. § 355 Abs. 2 Satz 2 BGB sei im Wege der teleologischen Reduktion dahin auszulegen, dass die zweiwöchige Widerrufsfrist auch dann noch gelte, wenn die Belehrung in Textform im unmittelbaren Anschluss an den Vertragsschluss erfolge. Die Belehrung über den Fristbeginn „frühestens mit dieser Belehrung“ entspreche dem Muster

Anlage 2 zu § 14 BGB-InfoV.

Aus den Gründen

Auf den nach §§ 924, 936 ZPO zulässigen Widerspruch hin war die einstweilige Verfügung aufzuheben, weil der Ast. der geltend gemachte Unterlassungsanspruch nach dem Vorbringen der Ag. im Widerspruchsverfahren nicht mehr zusteht. Die Angabe einer Widerrufsfrist von zwei Wochen verstößt nicht gegen § 355 Abs. 2 i.V.m. §§ 312c Abs. 1, 126b BGB.

Nach § 355 Abs. 1 BGB beträgt die Widerrufsfrist in der Regel zwei Wochen. Sie beginnt mit dem Zeitpunkt zu laufen, in welchem dem Verbraucher eine den Anforderungen entsprechende Belehrung in Textform mitgeteilt worden ist. Wird die Belehrung erst nach Vertragsschluss in Textform mitgeteilt, beträgt die Frist nach § 355 Abs. 2 Satz 2 BGB einen Monat. Hier ist von einer Belehrung bei Vertragsschluss auszugehen, sodass es bei der Regelfrist verbleibt. Die unter www.amazon.de abrufbare Offerte der Ag., bestehend aus der Artikelbeschreibung eines Multifunktionsgeräts P nebst Preisangabe und sonstigen Kaufinformationen beinhaltet noch keine bindende, auf den Verkauf der Ware gerichtete Willenserklärung i.S.d. § 145 BGB, sondern stellt lediglich eine Aufforderung an den Betrachter dar, seinerseits ein Kaufangebot abzugeben (sog. *invitatio ad offerendum*). Der Vertrag kommt erst mit Annahme dieses Angebots durch die Ag. zu Stande. Das geschieht nach ihren Angaben in der Widerspruchsschrift durch Versendung einer den Vertragsschluss bestätigenden E-Mail, der eine Widerrufsbelehrung beigelegt ist. Die Verkörperung der Belehrung in einer E-Mail wahrt das Textformerfordernis des § 126b BGB, weil die Botschaft dem Empfänger übermittelt wird und er sie jederzeit von seinem eigenen Server abrufen und speichern kann (Palandt/Heinrichs, 66. Aufl., Rdnr. 3 zu § 126b). Die Ag. belehrt ihre Kunden daher schon bei Vertragsschluss über ihr Recht zum Widerruf. Es verbleibt mithin bei der zweiwöchigen Widerrufsfrist. Das ergibt sich im Umkehrschluss aus § 355 Abs. 2 Satz 2 BGB, denn der Gesetzgeber knüpft den längeren Fristlauf nach dieser Bestimmung ausdrücklich an die Voraussetzung einer erst nach - und nicht bei - Vertragsschluss erfolgten Belehrung.

Ob eine Artikelpräsentation auf einer Internetseite bereits ein bindendes Angebot des Unternehmers nach § 145 BGB darstellt oder nur eine Aufforderung an den Nutzer beinhaltet, seinerseits ein Kaufangebot abzugeben, ist nach dem objektiven Erklärungswert unter Würdigung aller Umstände durch Auslegung zu ermitteln. Im Zweifel ist mangels anderer tatsächlicher Anhaltspunkte von der zweiten Alternative auszugehen (Palandt/Heinrichs, a.a.O., Rdnr. 2 zu § 145 a.E. und Palandt/Grüneberg, a.a.O., Rdnr. 4 zu § 312b; Kramer, in: MüKo, 5. Aufl., Rdnr. 10 zu § 145 und Rdnr. 31 vor § 145; LG Essen NJW-RR 2003, 1207 [= MMR 2004, 49]).

Die Ast. trägt keine hinreichenden Indizien vor, die für einen Rechtsbindungswillen der Ag. schon im Zeitpunkt der Einstellung ihres Angebots in das Internet sprechen. Den ... AGB der Amazon.de (Amazon EU S.A.R.L.) lässt sich dazu nichts entnehmen. Sie gelten nur zwischen dem Besteller und entfalten keine Wirkung zwischen der Ag. und ihren Kunden. Das ergibt sich nicht nur aus den allgemeinen Regeln, sondern wird in § 2 Abs. 2 der Geschäftsbedingungen explizit auch ausgesprochen. Danach gilt das Klauselwerk nicht für Produkte, die der Kunde bei einem Anbieter aus Marketplace und zShop kauft. Das im Streit stehende Angebot der Ag. ist jedenfalls einer der beiden Kategorien zuzuordnen ... Die in § 1 Abs. 2 für diesen Bereich erwähnten AGB der Amazon Services Europe S.a.r.l. liegen nicht vor. Sie könnten als Auslegungshilfe zudem nur dann herangezogen werden, wenn davon ausgegangen werden könnte, dass auch der Kunde der Ag. diese Bestimmungen kennt, etwa weil auch er als Käufer sich ihnen unterwerfen muss, um die auf der Internetplattform eingestellten Angebote wahrnehmen zu können. Dafür ist nichts ersichtlich. Die von der Ag. selbst verwendeten AGB liegen nicht vor, sodass das Gericht nicht erkennen kann, ob sich daraus etwas für die Verbindlichkeit des Angebots herleiten lässt.


Ein Rechtsbindungswille der Ag. tritt ferner nicht bereits dadurch in Erscheinung, dass sie ihr Angebot in einen Shop eingestellt und so präzisiert hat, dass der Interessent nur noch einen Button betätigen muss. Die Situation ist vergleichbar der Präsentation des Multifunktionsgeräts in einem stationären

Ladengeschäft, bei dem ein Verkaufsschild die notwendigen Informationen vermittelt. Hier wie dort möchte sich der Unternehmer im Zweifel noch nicht endgültig binden, etwa weil die eingehenden Anfragen seinen Vorrat möglicherweise übersteigen oder er sich die Prüfung des Kunden vorbehalten will. Ob sich der in § 312e Abs. 1 Nr. 3 BGB vorgeschriebenen elektronischen Zugangsbestätigung Hinweise auf einen bereits im Zeitpunkt der Freischaltung des Warenangebots bestehenden Rechtsbindungswillen des Unternehmers entnehmen lassen, hängt maßgeblich von den darin verwendeten Formulierungen ab, die dem Gericht unbekannt sind (vgl. Kramer, a.a.O., Rdnr. 31 vor § 145).

Es ist daher mangels besserer Anhaltspunkte von einer bloßen Aufforderung an den Kunden auszugehen, seinerseits ein Vertragsangebot zu unterbreiten. Dieses nimmt die Ag. erst mit der Versendung der E-Mail an, die ihren Angaben zufolge auch die Widerrufsbelehrung enthält. Das Bestreiten dieses Vorbringens mit Nichtwissen ist unbeachtlich, weil der Ast. die Darlegungs- und Glaubhaftmachungslast für diejenigen Tatsachen auch obliegt, aus denen sie ihren Anspruch herleitet. Da es hier um die Länge der Widerrufsfrist gem. § 355 Abs. 2 Satz 2 BGB geht, trifft sie auch die Darlegungslast dafür, dass die Belehrung erst nach Vertragsschluss erteilt wird. Damit muss sie auch darlegen, wie sich der Kaufvorgang nach der Bestellung weiter vollzieht. Wenn das KG in seinem B. v. 18.7.2006 - 5 W 156/06 (MMR 2006, 678) bei einer vergleichbaren Belehrung über das Widerrufsrecht gleichwohl zu einer anderen Beurteilung gelangte, so ist dies, wie den Ausführungen unter Ziff. 2. d) cc) des Beschlusses zu entnehmen ist, den Besonderheiten bei eBay geschuldet; denn dort ist nach den AGB, denen sich jeder Teilnehmer unterwerfen muss, tatsächlich von bindenden Angeboten der Verkäufer auszugehen,

LG Berlin: LG Berlin: Widerrufsrecht bei Verkäufen über den Amazon-Marketplace

MMR 2007 Heft 11

736 

die durch einen einfachen Klick angenommen werden. Eine vergleichbare Bestimmung bei Amazon.de fehlt aber.

Soweit sich die Ast. daneben gegen die Angabe zum Beginn des Fristenlaufs mit „frühestens mit Erhalt dieser Belehrung“ wendet, steht ihr der geltend gemachte Unterlassungsanspruch ebenfalls nicht zu. Sie beanstandet die Information, die die Ag. dem Verbraucher zukommen lässt, bevor er seine Vertragserklärung abgibt. Es kommt daher § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB zur Anwendung. Danach ist der Unternehmer verpflichtet, dem Verbraucher rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in einer dem eingesetzten Fernkommunikationsmittel entsprechenden Weise klar und verständlich die Information zur Verfügung zu stellen, für die dies u.a. in § 1 Abs. 1 Nr. 10 BGB-InfoV bestimmt ist. Dazu zählen Informationen über das Bestehen oder Nichtbestehen des Widerrufsrechts sowie die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung etc. Zwar erweist sich die Angabe zum Fristbeginn danach als unklar, weil sie nicht mit Erhalt dieser, gerade angezeigten Widerrufsbelehrung zu laufen beginnt, sondern erst mit der in Textform noch gesondert mitzuteilenden Belehrung, die dem Verbraucher mit der den Vertragsschluss bestätigenden E-Mail übermittelt wird. Unter diesen Umständen entfaltet die objektiv unzutreffende Belehrung nach § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB aber keine wettbewerbliche Relevanz, weil sie den Verbraucher in der Wahrnehmung seiner Rechte nicht behindert. Dies wäre nur dann der Fall, wenn der Empfänger der Nachricht annähme, die Widerrufsfrist beginne schon in dem Zeitpunkt, in dem er die Widerrufsbelehrung erstmals am Bildschirm wahrgenommen hat. In diesem Fall wäre die Frist um die Zeit verkürzt, die bis zum Erhalt der E-Mail verstrichen ist. Ein solches Verständnis eines durchschnittlich informierten und aufmerksamen Verbrauchers erscheint allerdings fern liegend. Nahe liegend ist die (zutreffende) Annahme, die gerade empfangene elektronische Post beinhalte den „Erhalt“ der Belehrung und setze den Fristlauf in Gang. Der Verbraucher, der einen Kaufvertrag abgeschlossen hat, ist daher nicht gehindert, seine Vertragserklärung fristgerecht zu widerrufen. Anders wäre es dann, wenn der Kunde die E-Mail - sei es generell, sei es im Einzelfall - nicht erhielte. Einen solchen Sachverhalt trägt die Ag. aber nicht vor. ...

Anm. d. Red.:

Die Entscheidung wurde mitgeteilt und die Leitsätze wurden verfasst von RA Carsten Föhlisch, Justiziar Trusted Shops GmbH, Köln.