

Onlineshop: Info über Energieeffizienz zwingend

Der Bundesgerichtshof hat entschieden, dass Händler auch im Internet bei jedem Angebot über Elektrohaushaltsgeräte die Angabe der Energieeffizienzklasse des Geräts vornehmen müssen.

Was war passiert?

Die Beklagte vertreibt über einen in ihren Internetauftritt eingebundenen Onlineshop Haushalts- elektrogeräte. Im Juli 2012 hatte sie dort mehrere Elektrogeräte wie etwa einen Kühlschrank sowie einen Geschirrspüler und einen Elektroherd beworben. Der auf den jeweiligen Produktseiten rechts neben der Produktabbildung angebrachte Link "zur ausführlichen Beschreibung" führte dabei nicht zu einer weiteren Internetseite, sondern allein zu der auf den Produktseiten weiter unten angeführten Beschreibung der Geräte.

Die Klägerin war der Ansicht, die Beklagte habe damit gegen ihre Verpflichtung verstoßen, diese Geräte im Hinblick auf ihren Energieverbrauch zu kennzeichnen, und damit wettbewerbswidrig gehandelt. Sie hatte die Beklagte daraufhin auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Wie hat das Gericht entschieden?

Die Beklagte hat ihrer Verpflichtung zuwidergehandelt, als Händlerin energieverbrauchsrelevanter Produkte bei deren Angebot im Internet die nach den einschlägigen Bestimmungen vorgeschriebenen Angaben in der dort vorgesehenen Reihenfolge zu machen.

Nach den im Zeitpunkt des in Rede stehenden Internetauftritts der Beklagten geltenden Bestimmungen hatten die Händler sicherzustellen, dass Haushaltsgeschirrspüler, Haushaltskühlgeräte und Haushaltswaschmaschinen, die in einer Weise zum Verkauf, zur Vermietung oder zum Ratenkauf angeboten wurden, bei der nicht davon auszugehen war, dass der Endnutzer das Gerät ausgestellt sah, bei der Vermarktung mit den vom Lieferanten bereitzustellenden Informationen versehen waren. Diese erforderlichen Informationen hatte die Beklagte jedoch nicht erteilt.

Die Bestimmungen stellen dem Schutz der Verbraucher dienende Marktverhaltensregelungen dar. Die dort getroffenen Regelungen sollen jeweils gewährleisten, dass die Verbraucher über die Energieeffizienz der Geräte informiert werden und ihre Entscheidung, ob sie diese anschaffen, in voller Sachkenntnis treffen können.

Die von der Beklagten begangenen Verstöße waren auch geeignet, die durch die verletzten Interessen der Verbraucher spürbar zu beeinträchtigen.

(BGH 15.12.2016, I ZR 221/15)

Fazit

Händler müssen nicht nur alle Pflichtangaben machen, die für bestimmte Produkte vorgeschrieben sind, sondern sie müssen auch damit rechnen, dass Fehler bei der ordnungsgemäßen Produktbeschreibung auch abgemahnt werden können.

Abhängig vom Produkt existiert eine Vielzahl von Informationspflichten für Händler.

Amazon-Marketplace: Prüfungspflicht für Händler

Händler bei Amazon Marketplace kennen das Problem: Stellt man ein Produkt bei Amazon ein, ist die vorgegebene Produktbeschreibung zu übernehmen. Diese Beschreibung stammt vom ersten Händler, der das Produkt eingestellt hatte. Aber die Beschreibung kann auch von jedem Händler geändert und angepasst werden, bspw. wenn bestimmte Informationen fehlerhaft sind oder fehlen.

Stellt man nun ein Produkt ein kann es also passieren, dass die Produktbeschreibung sich ändert. Haftet der Händler jetzt für eine fehlerhafte Produktbeschreibung?

Diese Frage ging bis zum höchsten deutschen Zivilgericht, dem BGH. Der hat gegen den betroffenen Händler entschieden. Der so genannte „Leitsatz“ des Gerichts lautet:

Haben Dritte die Möglichkeit, selbstständig Produktbeschreibungen zu Angeboten zu verändern, trifft einen Amazon-Marketplace-Händler die Pflicht, die Angaben zu seinem Produkt regelmäßig auf Richtigkeit zu prüfen, um Rechtsverletzungen zu verhindern. Dabei erhöht jede Nutzung einer Verkaufsplattform die Gefahr von Rechtsverletzungen.

Um was ging es konkret?

Der Kläger ist Inhaber der beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragenen Wortmarke "TRIFOO", die für "Datenverarbeitungsgeräte und Computer, Schnittstellengeräte und -programme für Computer" Schutz beansprucht. Der Beklagte betreibt einen Händlershop, über den er auf der Handelsplattform Amazon-Marketplace eine "FingerMaus" anbot. Dieses Angebot konnte am 20.11. 2011 mit den Angaben "Trifoo USB 2.0 Finger Maus 3D Optical Mouse für PC Notebook 800 DPI" und "Verkauf und Versand durch e." aufgerufen werden. Die Ware stammte nicht vom Kläger und war auch nicht mit seiner Zustimmung im Europäischen Wirtschaftsraum in den Verkehr gelangt.

Der Kläger mahnte den Beklagten wegen Verletzung seiner Marke durch das am 20.11.2011 aufrufbare Angebot ab. Der Beklagte wies die Abmahnung zurück. Mit der Klage verfolgte der Kläger sein Unterlassungsbegehren hinsichtlich der Verwendung seiner Wortmarke weiter. Der Beklagte behauptete, die von ihm im Oktober 2010 für das beanstandete Angebot bei Amazon-Marketplace ausgefüllte Produktinformation habe das Zeichen "TRIFOO" nicht enthalten. Die Katalogseite sei nachträglich von einem anderen Anbieter durch Angabe der Marke "TRIFOO" ergänzt worden, was für Händler, die das gleiche Produkt vertreiben, uneingeschränkt möglich sei.

Warum hat das Gericht so entschieden?

Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §14 Abs. 5 MarkenG zu. Das beanstandete Angebot einer "Trifoo FingerMaus", in dem der Beklagte als Verkäufer bezeichnet worden war, verletzte die für den Kläger eingetragene Wortmarke i. S. d. §14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Denn durch die Kennzeichnung der "FingerMaus" mit "TRIFOO" hatte der Beklagte ein mit der Klagemarke identisches Zeichen "benutzt".

Die Rechtspflicht zur Prüfung und zur Abwendung einer Rechtsverletzung ergab sich hier aus dem Gesichtspunkt eines gefahrerhöhenden Verhaltens. **Die Tätigkeit als Händler auf Amazon-Marketplace bringt nämlich die Gefahr von Rechtsverletzungen mit sich, da auf der Verkaufsplattform Angebote für ein bestimmtes Produkt durch andere Händler geändert werden können, was in Händlerkreisen auch bekannt ist.** Dadurch besteht die Gefahr, dass ursprünglich richtige und zulässige Angebote durch Handlungen Dritter geändert werden. Dabei erhöht jede Nutzung der Verkaufsplattform die Gefahr von Rechtsverletzungen.

Somit ist es für den Beklagten **zumutbar, ein von ihm dauerhaft oder über einen längeren Zeitraum bei Amazon-Marketplace eingestelltes Angebot regelmäßig darauf zu überprüfen, ob rechtsverletzende Änderungen vorgenommen wurden.** Dabei können Prüfungspflichten auf der Grundlage der Störerhaftung zwar nur in den Grenzen des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes begründet werden. Hier bedurfte es jedoch keiner Bestimmung eines Prüfungsrhythmus, da der Beklagte sein Angebot unstreitig zu keiner Zeit überprüft hatte.

(BGH, Urteil vom 03.03.2016, Aktenzeichen: I ZR 140/14)

Fazit

Der Beklagte hatte also nachgewiesenermaßen gar nicht geprüft, ob sein Angebot noch rechtmäßig war. Der BGH verlangt aber eine solche Prüfung und einen gewissen Prüfungsrythmus, den das Gericht hier aber leider nicht näher konkretisiert hat.

Einem Amazon-Händler kann also nur dringend empfohlen werden alle seine Angebote regelmäßig, mindestens einmal pro Woche daraufhin zu überprüfen, ob die Beschreibung noch richtig und rechtmäßig ist, also bspw. auch keine – wie in dem Fall hier – Markenverletzungen stattfinden. Ansonsten haftet der Händler als Störer auf Unterlassung und Schadensersatz für das Angebot.

YouTube und Google müssen E-Mail-Adresse verdächtiger Nutzer mitteilen

YouTube und Google müssen bei einer Urheberrechtsverletzung die E-Mail-Adresse der dieser Verletzung zugeordneten Nutzer bekanntgeben. Das hat das Oberlandesgericht Frankfurt am Main entschieden. Über die Telefonnummer und die zugewiesene IP-Adresse sei aber keine Auskunft zu erteilen.

Worum ging es?

Klägerin war eine deutsche Filmverwerterin, die die ausschließlichen Nutzungsrechte an zwei Filmen besitzt. Diese Filme wurden von drei verschiedenen Nutzern bei YouTube öffentlich angeboten und jeweils mehrere tausend Mal abgerufen. Die Nutzer handelten unter einem Pseudonym. Die Klägerin möchte diese Nutzer wegen der Verletzung ihrer Urheberrechte in Anspruch nehmen. Sie hatte deshalb zunächst von den beklagten Unternehmen YouTube und Google die Angabe der Klarnamen und der Postanschrift der Nutzer begehrt. Nachdem die Beklagten erklärt hatten, dass ihnen diese Angaben nicht vorlägen, verfolgt sie diesen Anspruch nicht weiter, begehrt aber Auskunft über die E-Mail-Adressen, Telefonnummern und die IP-Adressen.

Wie wurde entschieden?

Das Landgericht Frankfurt am Main hat in der ersten Instanz die Klage abgewiesen. Das Oberlandesgericht hat in der Berufung die Beklagten verpflichtet, die E-Mail-Adressen bekanntzugeben.

Begründung: Die Beklagten seien nach dem urheberrechtlichen Auskunftsanspruch (§ 101 UrhG) verpflichtet, Auskunft über „Namen und Anschrift der Hersteller, Lieferanten und anderer Vorbesitzer der Vervielfältigungsstücke (...)“ zu erteilen. Unter den Begriff der „Anschrift“ falle auch die E-Mail-Adresse. Dass mit der Bezeichnung „Anschrift“ ursprünglich nur die Postanschrift gemeint war, sei historisch begründet. Es gehe allein um die Angabe des Ortes, an dem man jemanden anschreiben könnte. Setze man „Anschrift“ mit „Adresse“ gleich, erfasse dies eindeutig auch die E-Mail-Adresse. Auch hier handele es sich um eine Angabe, „wohin man schreiben muss, damit das Geschriebene den Empfänger erreicht“.

Telefonnummer und IP-Adresse seien aber nicht vom Auskunftsanspruch umfasst. Denn bei „Anschrift“ einerseits und „Telefonnummer“ andererseits handele es sich um unterschiedliche Kontaktdaten. Und bei der IP-Adresse handele es nicht um eine „Anschrift“, da ihr keine Kommunikationsfunktion zukomme. Denn sie diene allein der Identifizierung des Endgerätes, von dem aus eine bestimmte Webseite aufgerufen werde.

Das Urteil ist nicht rechtskräftig. Das OLG hat wegen grundsätzlicher Bedeutung der Rechtssache die Revision zugelassen.

(OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 22.08.2017, Aktenzeichen 11 U 71/16)

Schutt, Waetke

RECHTSANWÄLTE

Fazit

Über den zivilrechtlichen Auskunftsanspruch kann in solchen Fällen also erreicht werden, an die handelnden Nutzer zu kommen und diese sodann für die festgestellte Rechtsverletzung in Anspruch zu nehmen. Der Weg über das Strafrecht (Strafanzeige) ist damit nicht zwingend erforderlich, kann aber natürlich (auch parallel) gewählt werden.

Timo Schutt
Rechtsanwalt
Fachanwalt für IT-Recht

www.schutt-waetke.de
ra-schutt@schutt-waetke.de