

Luther.

Newsletter IP/IT

7. Ausgabe 2018



Inhalt

Streit zwischen deutschen Gerichten zur
Abmahnfähigkeit von Datenschutz-Verstößen | [Seite 3](#)

OLG Frankfurt: Lösungsanspruch nach
Art. 17 DSGVO setzt eine umfassende
Interessenabwägung voraus | [Seite 5](#)

BGH: Kundenzufriedenheitsbefragung per E-Mail
stellt eine unzulässige Werbung dar | [Seite 6](#)

Die neue Geoblocking-Verordnung | [Seite 8](#)

LG Nürnberg-Fürth: Erneute Stärkung der
Fluggastrechte | [Seite 11](#)

Veranstaltungen, IP/IT Blog und
Veröffentlichungen | [Seite 12](#)

Streit zwischen deutschen Gerichten zur Abmahnfähigkeit von Datenschutz-Verstößen

Zwischen den deutschen Gerichten besteht Uneinigkeit über die Abmahnfähigkeit von Verstößen gegen die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

- OLG Hamburg, Urteil vom 25. Oktober 2018, Az.: 3 U 66/17
- LG Bochum, Urteil vom 7. August 2018, Az.: I-12 O 85/18
- LG Würzburg, Beschluss vom 13. September 2018, Az.: 11 O 1741/18

Hintergrund

Allen Fällen ist gemein, dass mögliche Verstöße von Wettbewerbern gegen die Transparenz- und Informationspflichten der Datenschutzgrundverordnung geprüft werden. So fehlten teilweise notwendige Informationen innerhalb der Datenschutzerklärungen, teilweise wurden gar keine Datenschutzerklärungen veröffentlicht, oder es wurden keine Auskünfte bzgl. eines Beschwerderechts oder des Einsatzes von Cookies erteilt.

Die Entscheidungen

Aktuell steht es für die Befürworter der Abmahnfähigkeit von Datenschutzverstößen 2:1. Denn sowohl das OLG Hamburg (Urteil vom 25. Oktober 2018, Az.: 3 U 66/17) und das LG Würzburg (Beschluss vom 13. September 2018, Az.: 11 O 1741/18 UWG) haben entgegen der Rechtsauffassung des LG Bochum (Urteil vom 7. August 2018, Az.: I-12 O 85/18) zu Gunsten der Abmahnfähigkeit von Datenschutzverstößen entschieden.

Die Entscheidungen sind deshalb so brisant, da innerhalb der rechtswissenschaftlichen Literatur und der deutschen Rechtsprechung große Uneinigkeit bezüglich der Abmahnfähigkeit von Datenschutzverstößen gemäß der DSGVO besteht. Grob umrissen bestehen hier zwei verschiedene Rechtsansichten bzgl. des Sanktionssystems der DSGVO und der daraus folgenden Abmahnfähigkeit von Verstößen gegen das europäische Datenschutzrecht: Eine Ansicht trägt vor, dass die DSGVO ein abschließendes Sanktionssystem mit der Folge enthalte, dass Verstöße gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen nur durch die in der DSGVO vorgesehenen Berechtigten mit den dort vorgesehen Instrumentarien verfolgt werden könne. Diese Ansicht vertritt nach aktuellem Stand u.a. das LG Bochum. Die andere Ansicht geht davon aus, dass die DSGVO kein abschließendes Sanktionssystem enthalten würde, dass einer zivilrechtlich begründeten Verfolgung von Verletzungen der Datenschutzvorschriften entgegenstehe und geht daher davon aus, dass Verstöße gegen die DSGVO auch durch Wettbewerber verfolgt werden können.



Diese Ansicht vertreten u.a. das OLG Hamburg und (in der Begründung des Beschlusses aber nur knapp umrissen) das LG Würzburg.

Das OLG Hamburg und das LG Würzburg gehen davon aus, dass Verstöße gegen datenschutzrechtliche Pflichten abmahnfähig sind. Eine nicht den Anforderungen der DSGVO entsprechende Datenschutzerklärung stellt nach Auffassung der Richter einen abmahnfähigen Wettbewerbsverstoß dar und begründe daher einen Unterlassungsanspruch.

Unser Kommentar

Die von vielen prophezeite Abmahnwelle ist nach dem 25. Mai 2018 ausgeblieben, was auch daran lag, dass nicht klar ist, ob Verstöße gegen die DSGVO überhaupt einen nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) abmahnfähigen Wettbewerbsverstoß darstellen. Das kann nur der Fall sein, wenn datenschutzrechtliche Vorschriften „Marktverhaltensregeln“ darstellen. Voraussetzung hierfür ist, dass die Vorschriften auch dazu bestimmt sind, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Zudem muss ein Verstoß geeignet sein, die Interessen von Mitbewerbern und Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen.

Im Hinblick darauf, dass Datenschutzrecht nicht dem Schutze von Verbrauchern als Marktteilnehmer, sondern vorrangig dem Schutz des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts diene, wurde teilweise schon zum alten Recht vertreten, dass Verstöße gegen das BDSG-alt nicht abmahnfähig seien. Allerdings kann jetzt, nach Entscheidung des OLG Hamburg, eine solche Abmahnwelle losgetreten worden sein, da es nach der Entscheidung des OLG zumindest eine obergerichtliche Rechtsprechung gibt.

Dennoch hat das OLG Hamburg die Revision zugelassen, so dass sich bald der BGH oder sogar der EuGH mit der Frage beschäftigen könnten. Es bleibt also mit Spannung abzuwarten, ob eine höchstrichterliche Entscheidung in Sachen Abmahnfähigkeit von Datenschutzverstößen nach der DSGVO ergehen wird.

Jedenfalls kann allen Unternehmen nur dringend empfohlen werden, ihre Datenschutzhinweise und -erklärungen sowie ihren Umgang mit personenbezogenen Daten an die DSGVO und das neu gefasste BDSG anzupassen und auch zukünftig, etwa mit Blick auf die e-Privacy-Verordnung, gesetzeskonform auszugestalten. Denn nur so lassen sich kostenpflichtige Abmahnungen vermeiden. Zudem sollten Kontakt- und Bestellformulare eine SSL- oder TLS- Verschlüsselung nutzen sowie insgesamt das grundsätzlich sicherere HTTPS-Protokoll für die Webseite verwendet werden.

OLG Frankfurt: Lösungsanspruch nach Art. 17 DSGVO setzt eine umfassende Interessenabwägung voraus

Das OLG Frankfurt entschied als erstes Oberlandesgericht über die Voraussetzungen des Lösungsanspruchs aus Art. 17 DSGVO.

■ OLG Frankfurt, Urteil vom 6. September 2018, Az.: 16 U 193/17

Hintergrund

Aus Art. 17 DSGVO ergibt sich (neben der reinen Löschung) auch ein Anspruch auf Unterlassung der Anzeige bestimmter personenbezogener Inhalte bei einer Suchmaschine. Über die Rechtmäßigkeit einer solchen Verlinkung ist eine umfassende Interessenabwägung zwischen dem Interesse der Öffentlichkeit an einer umfassenden Berichterstattung und dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung der betroffenen Person durchzuführen.

Die Entscheidung

Der Kläger war Geschäftsführer einer gemeinnützigen Organisation, die im Jahr 2011 ein erhebliches finanzielles Defizit aufwies. Die Presse berichtete über die finanzielle Schieflage unter Namensnennung und mit Hinweisen auf den krankheitsbedingten Ausfall des Klägers. Diese Presseberichte sind in den Suchergebnissen der von dem Beklagten betriebenen Suchmaschine Google zu finden. Der Kläger beehrte nunmehr von den Betreibern der Suchmaschine, die Anzeige der Suchergebnisse bei bestimmten Keywords zu unterlassen. Zu den Keywords gehören u.a. der Vor- und Nachname des Klägers sowie der Name der Gesellschaft, bei der er als Geschäftsführer bestellt war. Die Klage wurde vom OLG Frankfurt vollumfänglich abgewiesen.

Das OLG Frankfurt entschied, dass kein Anspruch auf Unterlassung nach Art. 17 DSGVO vorliege. Denn es sei hier das klägerische Recht auf informationelle Selbstbestimmung mit dem Recht der Betreiber der Suchmaschine und seinen Nutzern auf Kommunikationsfreiheit in Einklang zu bringen und daher im Rahmen des Art. 17 Abs. 3 DSGVO abzuwägen. Es habe insbesondere ein erhebliches Interesse der Öffentlichkeit an der Berichterstattung bestanden, da es sich bei dem in finanzielle Schieflage geratenen Unternehmen nicht um einen völlig unbedeutenden gemeinnützigen Organisation handelte. Aufgrund dieser Tatsachen bestand auch ein erhebliches Interesse der Öffentlichkeit an dem

Gesundheitszustand des Klägers. Sein Recht auf informationelle Selbstbestimmung müsse folglich hinter dem Kommunikationsinteresse der Öffentlichkeit zurücktreten. Denn auch, wenn es sich bei der Berichterstattung über den Gesundheitszustand des Klägers um besondere personenbezogene Daten gem. Art. 9 DSGVO, nämlich Gesundheitsdaten, handele, so würden die verlinkten Presseberichte erklären, warum der Kläger der Gesellschaft in der Notsituation der Gesellschaft nicht zur Verfügung gestanden habe.

In seiner Entscheidung legte der Senat auch noch den Unterschied zum „Google Spain“-Urteil dar: Es bestehe im konkreten Sachverhalt kein „Regel-Ausnahme-Verhältnis“ und diese Entscheidung könne nicht schematisch auf die DSGVO angewandt werden. Es müsse immer den Einzelheiten des jeweiligen Sachverhalts im Einzelfall Rechnung getragen werden.

Unser Kommentar

Es handelt sich hierbei wohl um die erste obergerichtliche Entscheidung zur DSGVO, die die Voraussetzungen des Art. 17 DSGVO und „Recht auf Vergessenwerden“ konkretisiert. Lehrbuchmäßig prüfte das OLG Frankfurt jede einzelne Tatbestandsvoraussetzung des beantragten Unterlassungsanspruchs, beginnend vom Anwendungsbereich der DSGVO.

Im Rahmen seiner Ausführungen wägt das OLG Frankfurt das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und das Recht auf Kommunikationsfreiheit der Nutzer der Suchmaschine in praktischer Konkordanz ab und verneint im Ergebnis den Lösungsanspruch aus Art. 17 Abs. 3 lit. a DSGVO. Für einen Geschäftsführer einer zumindest mittelgroßen Gesellschaft ist also hinzunehmen, dass sein Gesundheitszustand bei der Presseberichterstattung genannt wird, selbst wenn es sich bei den angezeigten Daten um solche des Art. 9 DSGVO handelt. Die Revision zum BGH wurde zugelassen. Es bleibt also abzuwarten, ob das Urteil rechtskräftig wird.

BGH: Kundenzufriedenheitsbefragung per E-Mail stellt eine unzulässige Werbung dar

Die Zusendung elektronischer Post ohne Einwilligung des Empfängers zum Zwecke der Werbung ist unzulässig. Unter dem Begriff (Direkt-) Werbung fällt auch eine Kundenzufriedenheitsbefragung per E-Mail; auch dann, wenn zugleich mit der E-Mail die Übersendung einer Rechnung für ein zuvor gekauftes Produkt erfolgt. Der Verwender einer E-Mail-Adresse hat dem Empfänger im Sinne des § 7 Abs. 3 UWG die Möglichkeit einzuräumen, der Benutzung seiner E-Mail-Adresse zu Werbezwecken zu widersprechen. Die Kontaktaufnahme ist sonst unzulässig.

■ BGH, Urteil vom 10. Juli 2018, Az.: VI ZR 225/17

Hintergrund

Dem Urteil geht eine frühere Entscheidung des OLG Düsseldorf (Urteil vom 5. April 2018, Az.: 20 U 155/16) voran, in welcher bereits konkretisiert wurde, dass eine Ausnahmebestimmung des § 7 Abs. 3 UWG nur dann greift, wenn der Verwender die Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten hat. Unter Verkauf ist der tatsächliche Vertragsschluss zu verstehen und nicht nur das Einholen eines Angebots. Es reicht nicht aus, dass der „Kunde“ zwar Informationen über das Angebot des Werbenden eingeholt hat, aber sich dann doch nicht für das Angebot entschieden hat.

Der Kläger bestellte bei der Beklagten ein Ultraschallgerät zur Schädlingsbekämpfung. Die Abwicklung erfolgte jedoch nicht direkt zwischen den Parteien sondern über die zwischengeschaltete Internet-Plattform „Amazon“. Knapp zwei Wochen später erhielt der Kläger vom Beklagten eine E-Mail mit dem Betreff „*Ihre Rechnung zu Ihrer Amazon-Bestellung...*“ sowie dem Textinhalt „*Sehr geehrte Damen und Herren, anbei erhalten Sie Ihre Rechnung im PDF-Format. Vielen Dank, dass Sie den Artikel bei uns gekauft haben. Wir sind ein junges Unternehmen und deshalb auf gute Bewertungen angewiesen. Deshalb bitten wir Sie darum, wenn Sie mit unserem Service zufrieden waren, uns für Ihren Einkauf eine 5-Sterne Beurteilung zu geben. Sollte es an dem gelieferten Artikel oder unserem Service etwas auszusetzen geben, würden wir Sie herzlich darum bitten, uns zu kontaktieren. Dann können wir uns des Problems annehmen. Zur Bewertung: über folgenden Link einfach einloggen und eine positive 5-Sterne Beurteilung abgeben (...)*“.

Der Kläger sah in dieser Nachricht eine unaufgeforderte, unerlaubte Zusendung von Werbung, also einen Eingriff in sein Allgemeines Persönlichkeitsrecht.

Die Entscheidung

Der BGH hat in seiner Entscheidung verdeutlicht, dass es sich auch bei Bewertungsanfragen um Werbung handelt. Nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG wird unter einer unzumutbaren Belästigung jede Werbung unter Verwendung elektronischer Post ohne vorherige Einwilligung definiert.

Bei einem Eingriff in das Persönlichkeitsrecht muss im Rahmen der gebotenen Abwägung berücksichtigt werden, ob eine vergleichsweise geringe Eingriffsqualität vorliegt und die Anfrage in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Kauf steht. Zu beachten ist dabei, dass dem Empfänger keine inhaltliche Auseinandersetzung mit anderen Produkten aufgezwungen wird. Die Kundenzufriedenheitsbefragung stand in dem vorliegenden Fall im Zusammenhang mit der Zusendung der Rechnung und dem konkret getätigten Kauf. Die Übersendung der E-Mail ist sogar noch im Zusammenhang mit der vollständigen Kaufabwicklung erfolgt, so dass hier kein schwerwiegender Eingriff i.S.d. § 7 Abs. 3 UWG vorlag. Hierbei kam es auch nicht darauf an, ob der Beklagte die E-Mail-Adresse direkt vom Kläger oder über Amazon erhalten habe.

Der BGH entschied, dass nach der abschließenden Regelung des § 8 Abs. 3 UWG der Kläger nicht berechtigt sei Unterlassungsansprüche nach § 8 Abs. 1 UWG geltend zu machen. Denn er sei weder Mitbewerber der Beklagten noch würden sich Ansprüche aus § 8 Abs. 1 UWG ergeben.

Der Kläger habe jedoch einen Anspruch aus § 823 Abs. 1, § 1004 Abs. 1 S. 2 BGB analog aufgrund des rechtswidrigen Eingriffs in sein Allgemeines Persönlichkeitsrecht. Werbung unter Verwendung von elektronischer Post, ohne Einwilligung des Empfängers, stelle grundsätzlich einen Eingriff in sein Allgemeines Persönlichkeitsrecht dar. Es handele sich vor allem um das Recht des Einzelnen, seine Privatsphäre freizuhalten von unerwünschter Einflussnahme anderer.

Der BGH bejahte, dass auch eine Kundenzufriedenheitsanfrage unter den Begriff der (Direkt-)Werbung falle. In dem vorliegenden Fall handle es sich zwar bei der Übersendung der Rechnung noch nicht konkret um (Direkt-)Werbung jedoch war in der E-Mail gleichzeitig die Bitte um Abgabe einer positiven Bewertung enthalten, was den Charakter einer (Direkt-)Werbung gehabt habe.

Eine Ausnahme nach § 7 Abs. 3 UWG läge vor, wenn die nachfolgenden Punkte kumulativ erfüllt wären:

- (1) ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,
- (2) der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,
- (3) der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
- (4) der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

In dem vorliegenden Fall ging der BGH von keiner Ausnahme, mangels eines klaren und deutlichen Hinweises bei der Erhebung der E-Mail Adresse des Klägers hinsichtlich der Möglichkeit der Verwendung der Adresse zu Werbezwecken und dem Hinweis auf das Widerspruchsrecht gem. § 7 Abs. 3 Nr. 4 UWG, aus.

In einer ähnlichen Entscheidung des LG Frankfurt (Urteil vom 22. März 2018, Az.: 2-03 O 372/17) wurde geurteilt, dass es zu unterlassen sei im geschäftlichen Verkehr gegenüber Verbrauchern mit E-Mails zu werben, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt.

Der Versand einer E-Mail mit einem Gutschein, ohne ausdrückliche Einwilligung, sei Werbung i.S. von § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG.

Auch in diesem Fall wirkte der Ausnahmetatbestand nicht:

- Enthält eine E-Mail einen Gutschein, der für das gesamte Sortiment des Werbenden eingelöst werden kann, fällt dies nicht unter den Ausnahmetatbestand, da es keine Werbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen gem. § 7 Abs. 3 Nr. 2 UWG mehr darstellt.
- Die Ausnahmebestimmung des § 7 Abs. 3 UWG greift nur dann ein, wenn der Unternehmer die Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten hat. Unter Verkauf ist der tatsächliche Vertragsschluss zu verstehen.

Entscheidend war hier, dass dem Empfänger der E-Mail vorab nicht die Möglichkeit eingeräumt wurde, nach § 7 Abs. 3 UWG der Verwendung seiner E-Mail-Adresse zu Werbezwecke zu widersprechen.

Unser Kommentar

Die Entscheidung des BGH verdeutlicht, dass Verbraucher, die nach § 8 UWG mangels Mitbewerbereignschaft keinen Anspruch auf Unterlassen haben, trotzdem Ansprüche wegen Verletzung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts nach §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 S. 2 BGB geltend machen können. Voraussetzung für die Anwendung des § 7 Abs. 3 UWG ist, dass zwischen den Parteien eine Geschäftsverbindung bzw. Kundenbeziehung besteht und der Verwender der E-Mail-Adresse diese beim Verkauf von Waren oder Dienstleistungen erhalten hat.

Der Geschäftspartner hat es zu unterlassen die E-Mail-Adresse von einem Kunden für Werbezwecke zu verwenden, wenn der Kunde als Adressat nicht (1) zuvor in die Zusendung eingewilligt hat oder (2) der Kunde bei der Verarbeitung der E-Mail-Adresse nicht ausdrücklich darauf hingewiesen wurde, dass er der weiteren Verwendung seiner E-Mail-Adresse zur Zusendung von Werbung jederzeit widersprechen kann.

Unternehmen müssen im Falle von digitalen Werbesendungen unbedingt vermeiden, unzumutbare Belästigung nach § 7 UWG zu versenden. Die Ausnahmen nach § 7 Abs. 3 UWG, im Rahmen eines Vertragsverhältnisses, finden Anwendung, wenn es sich u.a. bei der Direktwerbung um eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen handelt. Dies beinhaltet gerade nicht das gesamte Sortiment. Ebenfalls muss der Kunde vorab klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass er der Verwendung der E-Mail-Adresse jederzeit widersprechen kann.

Die neue Geoblocking-Verordnung

Der freie Handel in der Europäischen Union soll ab dem 3. Dezember 2018 weiter gestärkt werden. Die EU Kommission, das Europäische Parlament und der Europäische Rat einigten sich am 28. Februar 2018 auf die finale Fassung der Geoblocking-Verordnung (VO (EG) 2018/302 v. 28. Mai 2018). Pünktlich zur Weihnachtszeit soll Geoblocking aufgrund der neuen Verordnung im E-Commerce unterlassen werden, was als ein weiterer wichtiger Schritt zur Erreichung eines einheitlichen digitalen Binnenmarktes anzusehen ist.

Hintergrund der Verordnung

Momentan wird der Verbraucher beim Versuch in ausländische Online-Shops einzukaufen aufgrund seiner IP-Adresse beim Zugriff auf die Webseite blockiert oder auf andere Seiten mit gegebenenfalls schlechteren Konditionen umgeleitet. Aufgrund der bevorstehenden Verordnung soll dieses ungerechtfertigte Geoblocking verboten werden.

Ziel der europäischen Union ist es, die wohnortabhängige Diskriminierung europäischer Kunden abzuschaffen und den Binnenmarkt zu fördern. Es soll dem Verbraucher ermöglicht werden im virtuellen Raum über Ländergrenzen hinweg online einkaufen zu können. Der Handel wird gestärkt, indem neue profitable Märkte erschlossen werden. Aufgrund der Geoblocking-Verordnung dürfen zukünftig Anbieter ihre Kunden aus verschiedenen EU-Mitgliedstaaten nicht mehr unterschiedlich behandeln, sei es wegen der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden.

„Die Beseitigung des Geoblockings bedeutet eine bessere Auswahl für die Verbraucherinnen und Verbraucher und mehr Möglichkeiten für die Unternehmen. Der bulgarische Vorsitz misst der digitalen Wirtschaft große Bedeutung bei. Ich möchte den vorausgehenden Vorsitzen, dem Parlament und der Kommission danken, dass es uns gemeinsam gelungen ist, den europäischen digitalen Binnenmarkt voranzubringen.“

– Lilyana Pavlova, Ministerin für den bulgarischen EU-Ratsvorsitz

Wen betrifft die neue Verordnung?

Für Online-Händler wird es ab dem 3. Dezember 2018 aufgrund der Verordnung viele Änderungen geben. Profiteure sind nicht nur Privatpersonen, die Waren erwerben wollen, sondern auch Unternehmen, die ihren Absatz fördern, indem sie animiert werden Waren im europäischen Raum anzubieten.

Die Verordnung gilt im persönlichen Anwendungsbereich nur für den Vertrieb an Endabnehmer. Nach der Verordnung sind natürliche Personen gemeint, die nicht zu geschäftlichen Zwecken handeln sowie Vertriebe, die an gewerbliche Abnehmer Waren und Dienstleistungen „zur Endnutzung“ verkaufen. Von dem Verbot des Geoblockings nach der neuen Verordnung sind jedoch nicht die Abnehmer betroffen, die Waren und Dienstleistungen zum Weiterverkauf oder zur Weiterverarbeitung erwerben wollen.

Nach Art. 1 Abs. 3 dieser Verordnung sind Wirtschaftsbereiche wie Finanzdienstleistungen, Gesundheitsdienstleistungen, audiovisuelle Dienste, Leiharbeit, Telekommunikation, soziale Dienste, Glücksspiel und Sicherheitsdienste nicht von dem Anwendungsbereich erfasst. Ebenso gilt die Verordnung nicht für rein inländische Sachverhalte, bei denen sich alle wesentliche Bestandteile der Transaktion auf einen einzigen Mitgliedsstaat beschränken.

Welche (neuen) Anforderungen werden gestellt?

Im Kern umfasst die Verordnung drei spezifische Fallkonstellationen, die aufgrund einer Diskriminierung verboten sind.

1. Zugangsbeschränkung zu Online-Benutzeroberflächen
2. Diskriminierung bei Allgemeinen Geschäftsbedingungen
3. Diskriminierung bei Zahlungsmethoden

1. Zugangsbeschränkung zu Online-Benutzeroberflächen

Um zu gewährleisten, dass Kunden nicht gehindert werden, Webseiten zu besuchen und von dem Angebot uneingeschränkt profitieren können, regelt Art. 3 dieser Verordnung das Verbot von Zugangsbeschränkungen zu Online-Benutzeroberflächen wie Webseiten, Apps oder Plattformen, sowie die Weiterleitungen auf andere Webseiten aus Gründen der Staatsangehörigkeit oder des Aufenthaltsortes.

Der Kunde kann allerdings die Zustimmung für das Weiterleiten auf eine nationale Website erteilen. Es muss ihm jedoch möglich bleiben die Zustimmung wieder zu widerrufen. Nach Art. 3 Abs. 3 dieser Verordnung gelten zudem Ausnahmen, sofern die Sperrung, die Zugangsbeschränkung oder die Weiterleitung erforderlich ist, um die Erfüllung rechtlicher Anforderungen im Unionsrecht oder im mit dem Unionsrecht übereinstimmenden Recht eines Mitgliedstaats, dem die Tätigkeit des Anbieters unterliegt, zu gewährleisten. In diesen Fällen muss der Anbieter den Kunden klar und deutlich erläutern, aus welchen Gründen die Sperrung, Zugangsbeschränkung oder Weiterleitung erforderlich ist, um diese Erfüllung sicherzustellen.

2. Keine Diskriminierung durch Allgemeine Geschäftsbedingungen

Eine unterschiedliche Behandlung der Kunden aufgrund deren Herkunft ist im Rahmen von Allgemeinen Geschäftsbedingungen nach Art. 4 dieser Verordnung unzulässig, wenn online Waren verkauft werden, für die der Anbieter eine Lieferung oder eine Abholung durch den Kunden in einem bestimmten Mitgliedstaat anbietet und der Kunde diese in Anspruch nehmen will und ihm diese dann aufgrund seiner Herkunft verweigert wird.

Der Anbieter ist jedoch nicht verpflichtet, Waren in einen Mitgliedstaat zu liefern, in dem eine Lieferung rechtlich nicht möglich ist. Allerdings sollte dies dann in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Anbieters konkretisiert werden. Jeder Kunde, egal ob dieser die deutsche Website des Anbieters aufruft oder eine andere europäische Website, sollte zu den gleichen Konditionen einkaufen können.

Es ist diskriminierend und unzulässig, wenn der Kunde aufgrund seiner Herkunft anders behandelt wird, obwohl Dienstleistungen auf elektronischem Weg im Ausland genauso erbracht werden können wie im Inland.

Die Händler werden durch die Verordnung nicht verpflichtet, vielsprachige Webseiten vorzuhalten. Es geht eher darum, die bisherigen Beschränkungen aufgrund des Geoblockings zu beseitigen und das Erwerben von Waren länderübergreifend zu ermöglichen. Nach Art. 4 Abs. 2 dieser Verordnung ist es dem Anbieter nicht verboten, Allgemeine Geschäftsbedingungen für den Zugang, einschließlich der Nettoverkaufspreisen, anzubieten, die sich von einem Mitgliedstaat zum anderen oder innerhalb eines Mitgliedstaats unterscheiden und die Kunden in einem bestimmten Gebiet oder bestimmten Kundengruppen in nichtdiskriminierender Weise angeboten werden.



3. Diskriminierung bei Zahlungsmethoden

Nach Art. 5 der Geoblocking-Verordnung ist es verboten, Kunden bei der Abwicklung von Zahlungsvorgängen ungleich zu behandeln. Der Händler hat dafür Sorge zu tragen, dass die Zahlungsmöglichkeiten für jeden europäischen Kunden auf der Webseite einheitlich gestaltet sind. Der Händler kann hierbei frei entscheiden, welche Zahlungsmittel er akzeptiert. Er muss nicht jedes mögliche Zahlungsmittel anbieten. Allerdings darf hierbei keine Diskriminierung wegen des Standorts des Zahlungskontos, der Niederlassung des Zahlungsdienstleisters oder des Ausstellungsortes des Zahlungsmittel entstehen.

Nach Art. 8 benennt jeder Mitgliedstaat eine Stelle oder mehrere Stellen, die für die Bereitstellung praktischer Unterstützung für Verbraucher im Falle von Streitigkeiten zwischen Verbrauchern und Anbietern, zur Verfügung stehen. Nach Art. 7 erlassen die Mitgliedstaaten Vorschriften über die Maßnahmen, die bei Verstößen gegen diese Verordnung anwendbar sind, und gewährleisten deren Umsetzung. Die Maßnahmen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein. Nach Art. 10 können Kunden gegen Händler Unterlassungsklagen betreiben, sollte einer der oben aufgeführten Punkte nicht beachtet werden und der Kunde somit diskriminiert werden.

Unser Kommentar

Bis zum Inkrafttreten der Verordnung sollten Unternehmen mit Internetvertrieb dafür Sorge tragen, dass Geoblocking-Maßnahmen nicht mehr zum Einsatz kommen und keine Zugangsbeschränkungen der Benutzeroberflächen für ausländische Kunden bestehen. Allerdings wird Geoblocking nicht komplett abgeschafft. Audiovisuelle und urheberrechtlich geschützte Dienstleistungen, wie E-Books, Musik oder Online-Computerspiele sind durch die Geoblocking-Verordnung vorerst nicht erfasst. Dies soll jedoch innerhalb von zwei Jahren nach Inkrafttreten der Verordnung durch Kontrollen der EU-Kommission geprüft und neu beurteilt werden.

Geschäftsabläufe der Händler müssen angepasst werden, jedoch ist es nicht zwingend erforderlich in andere Mitgliedsstaaten zu liefern, sondern lediglich dorthin zu verkaufen. Der Händler kann dafür sorgen, dass der Käufer selbst den Transport der Bestellung organisiert oder diese abholt. Für den Händler ist dies aufgrund seiner Privatautonomie nicht zwingend erforderlich.

Die Europäische Kommission soll in zwei Jahren nach Inkrafttreten der Verordnung überprüfen, welchen Effekt die Verordnung auf den Binnenmarkt hat. Ziel der Verordnung ist eine Gleichbehandlung jedes einzelnen europäischen Kunden. Es bleibt zulässig verschiedene Ländershops in der EU anzubieten und auch zu unterschiedlichen Preisen, solange die Nationalität, der Wohnort und der Niederlassungsort des Kunden keine Rolle spielen und auf keine Diskriminierung hinweisen.

Die Dienststellen der Kommission haben das folgende Dokument mit Fragen und Antworten veröffentlicht, das praktische Leitlinien zu den wichtigsten Bestimmungen der Geoblocking-Verordnung im Hinblick auf ihr Inkrafttreten und die allgemeinere Entwicklung bestimmter Aspekte des EU-Rahmens für den elektronischen Geschäftsverkehr enthalten soll.



Unser Web-Tipp:

Weiter Infos zum Thema finden Sie auf <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/geo-blocking-regulation-questions-and-answers>

LG Nürnberg-Fürth: Erneute Stärkung der Fluggastrechte

Reisende dürfen ihre Erstattungsansprüche wegen Flugverspätungen an Flugrechtspportale abtreten. Das in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der beklagten Fluggesellschaft enthaltene Abtretungsverbot sei unwirksam. Diese Auffassung vertritt das LG Nürnberg-Fürth in einem Hinweisbeschluss vom 30. Juli 2018. Damit bestätigt das LG die Rechtsauffassung der Vorinstanz.

■ Beschluss vom 30. Juli 2018, Az.: 5 S 8340/17

Hintergrund

Sogenannte „Claim-Handling“ Unternehmen machten Ansprüche von Flugreisenden gegenüber einer Fluggesellschaft wegen verspäteter Flüge nach der europäischen Fluggastrechterverordnung (VO (EG) Nr. 261/2004) geltend. Die Flugreisenden hatten ihre Ansprüche auf Ausgleichszahlung zuvor an die Flugrechtspportale abgetreten. Diese sollten die Ansprüche durchsetzen und dafür einen Anteil erhalten.

Die Fluggesellschaft wies die Ansprüche zurück, denn in deren Allgemeinen Geschäftsbedingungen war unter anderem der nachstehende streitgegenständliche Passus enthalten: *„Die Abtretung von Ausgleichs-, Schadensersatz- und Rückerstattungsansprüchen gegen uns ist ausschließlich an natürliche Personen zulässig, die in Ihrer Flugbuchung als weitere Fluggäste mit aufgeführt sind [...]. Im Übrigen ist die Abtretung von Ausgleichs-, Schadensersatz- und Rückerstattungsansprüchen gegen uns an Dritte ausgeschlossen. [...]“*.

Danach hätten die erwähnten Ansprüche im Wesentlichen nur an mitreisende natürliche Personen abgetreten werden dürfen. Nach Auffassung der Unternehmen, die von den Flugreisenden jeweils mit der Durchsetzung der Ansprüche beauftragt worden waren, sei das Abtretungsverbot in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Fluggesellschaft unwirksam. Dieses sei nämlich mit den Grundsätzen von Treu und Glauben unvereinbar und stelle eine unangemessene Benachteiligung des Flugreisenden im Sinne des § 307 Abs. 1 BGB dar.

Die Fluggesellschaft verteidigte sich hingegen mit dem Argument, dass das Abtretungsverbot im Sinne einer übersichtlichen Vertragsabwicklung notwendig sei. Sie habe aufgrund einer Vielzahl von abzuwickelnden Fällen ein berechtigtes Inter-

esse daran, die Abtretung auf natürliche Personen zu beschränken, die in der Flugbuchung aufgeführt seien. Es solle verhindert werden, dass sich die Fluggesellschaft mit einer Vielzahl von wechselnden Gläubigern auseinandersetzen müsse.

Die Entscheidung

Die Vorinstanz erachtete das Abtretungsverbot in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Fluggesellschaft für unwirksam, da die Klausel den Grundsätzen von Treu und Glauben im Sinne des § 307 Abs. 1 BGB widerspreche und die Flugreisenden unangemessen benachteilige.

Das LG Nürnberg-Fürth teilt als Berufungsinstanz die Auffassung des AG Nürnberg in einem Hinweisbeschluss und begründet diesen wie folgt: Grundsätzlich sei ein Abtretungsverbot oder zumindest eine Beschränkung der Abtretungsmöglichkeit zur Klarheit und Übersichtlichkeit der Vertragsabwicklung wirksam. Auf der anderen Seite sei eine solche Klausel gleichwohl unwirksam, wenn der Kunde ein überwiegendes Interesse an der Abtretung zur Durchsetzung seiner Ansprüche habe.

In dem zu entscheidenden Fall seien die Interessen der Fluggesellschaft für einen Abtretungsausschluss nur von geringem Gewicht. Es sei nicht ersichtlich, weshalb die Bearbeitung der Anfragen von sogenannten „Claim-Handling“ Unternehmen einen höheren Aufwand als die Bearbeitung der Anfragen von natürlichen Personen verursache. In beiden Fällen müssen jeweils die entsprechenden Daten durch das Verwaltungspersonal der Fluggesellschaft überprüft werden.

Entscheidend sei, dass für den Reisenden durch das Abtretungsverbot ein potenzielles Hindernis auf dem Weg zur Erlangung seiner Ausgleichszahlung bereitet werde.

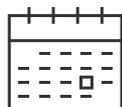
Dieser müsse in seiner Entscheidung frei bleiben, ein in solchen Angelegenheiten erfahrenes Unternehmen kostenpflichtig zu beauftragen. Welche Abzüge von der Entschädigung er hierbei in Kauf nehme, sei allein seine freie Entscheidung.

Unser Kommentar

Die Entscheidung des LG Nürnberg-Fürth stärkt erneut die Rechte der Flugreisenden. Zuvor hielten das AG Hannover im Urteil vom 8. Februar 2012 (Az.: 531 C 10491/16) sowie das AG Köln in einem Hinweisbeschluss (Az.: 1133 C 381/16) ein ähnliches Abtretungsverbot in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen einer Fluggesellschaft für unwirksam.

Verbraucher sollen folglich weiterhin ohne viel Aufwand und Risiken an die vorgesehenen Ausgleichszahlungen gelangen. Dieses Ergebnis entspricht auch dem Willen des europäischen Gesetzgebers, der im Erwägungsgrund 1 der Fluggastrechteverordnung (VO (EG) Nr. 261/2004) zum Ausdruck kommt. Danach sollen die Maßnahmen der Gemeinschaft im Bereich des Luftverkehrs unter anderem darauf abzielen, ein hohes Schutzniveau für Flugreisende sicherzustellen. In diesem Sinne hat die Rechtsprechung den Art. 15 Abs. 1 der Fluggastrechteverordnung (VO (EG) Nr. 261/2004) ausgelegt, der die Beschränkung der Rechte der Flugreisenden durch abweichende oder restriktive Bestimmungen im Beförderungsvertrag untersagt. Das Abtretungsverbot wird zutreffend als eine solche Beschränkung der Rechte der Flugreisenden gesehen.

Veranstaltungen, IP/IT Blog und Veröffentlichungen



Eine Übersicht mit unseren Veranstaltungen finden Sie [hier](#)



Unseren IP/IT Blog finden Sie [hier](#)



Eine Liste unserer aktuellen Veröffentlichungen finden Sie [hier](#)

Impressum

Verleger: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Anna-Schneider-Steig 22, 50678 Köln, Telefon +49 221 9937 0

Telefax +49 221 9937 110, contact@luther-lawfirm.com

V.i.S.d.P.: Dr. Michael Rath, Partner

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Anna-Schneider-Steig 22

50678 Köln, Telefon +49 221 9937 25795

michael.rath@luther-lawfirm.com

Copyright: Alle Texte dieses Newsletters sind urheberrechtlich geschützt. Gerne dürfen Sie Auszüge unter Nennung der Quelle nach schriftlicher Genehmigung durch uns nutzen. Hierzu bitten wir um Kontaktaufnahme. Falls Sie künftig keine Informationen der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH erhalten möchten, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Stichwort „IP/IT“ an unsubscribe@luther-lawfirm.com

Bildnachweis: Fabrika/Fotolia: Seite 1; Traitov/iStock: Seite 3;

William_Potter/iStock: Seite 9

Haftungsausschluss

Obgleich dieser Newsletter sorgfältig erstellt wurde, wird keine Haftung für Fehler oder Auslassungen übernommen. Die Informationen dieses Newsletters stellen keinen anwaltlichen oder steuerlichen Rechtsrat dar und ersetzen keine auf den Einzelfall bezogene anwaltliche oder steuerliche Beratung. Hierfür stehen unsere Ansprechpartner an den einzelnen Standorten zur Verfügung.

Die Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH berät in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts. Zu den Mandanten zählen mittelständische und große Unternehmen sowie die öffentliche Hand.

Berlin, Brüssel, Düsseldorf, Essen, Frankfurt a. M., Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig,
London, Luxemburg, München, Shanghai, Singapur, Stuttgart, Yangon

Luther Corporate Services: Delhi-Gurugram, Kuala Lumpur, Shanghai, Singapur, Yangon

Ihren Ansprechpartner finden Sie auf www.luther-lawfirm.com.



Auf den Punkt. Luther.

