

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

OLG München zur rechtskonformen Umsetzung der Hinweispflichten für Batterien im Online-Handel

Sowohl im singulären Vertrieb von Batterien als auch im Handel mit batteriebetriebenen Produkten sind aus Gründen der Umweltentlastung und des Verbraucherschutzes verschiedene Hinweispflichten zur artgerechten Entsorgung und zur Kennzeichnungssymbolik zu befolgen. Allerdings unterscheiden sich die Vorgaben für den Einzelhandel ausdrücklich von denen im Fernabsatz.

Mit Urteil vom 10.02.2014 (Az.: 6 U 3340/13) hat das OLG München entschieden, dass im Online-Handel ein Verstoß gegen die Informationspflichten durch eine unzulängliche Bereitstellung auf der Website dann nicht gegeben ist, wenn alternativ die andere gesetzlich vorgesehene Option ordnungsgemäß umgesetzt wurde.

Die Hinweispflichten nach §18 Abs. 1 Batteriegesetz (BattG)

Nach §18 Abs. 1 Satz 1 BattG sind im stationären Handel auf gut sicht- und lesbaren, im unmittelbaren Sichtbereich des Hauptkundenstroms platzierten Schrift- oder Bildtafeln verschiedene Gebrauchshinweise für Batterien anzubringen.

So muss darüber informiert werden,

- dass Batterien nach Gebrauch an der Verkaufsstelle unentgeltlich zurückgegeben werden können (Nr.1)
- dass der Endnutzer zur Rückgabe von Altbatterien gesetzlich verpflichtet ist (Nr.2) und
- welche Bedeutung verschiedene Symbole nach §17 BattG haben

Da im Fernabsatz die Möglichkeit einer Einsichtnahme durch Verbraucher insofern eingeschränkt ist, als sie gerade keine physischen Marktbesuche tätigen, sieht §18 Abs. 1 Satz 2 BattG für den Versandhandel die Bereitstellung der Informationen entweder durch entsprechende deutliche Hinweise im jeweils verwendeten Kommunikationsmedium oder aber mittels eines beigelegten Textes in der Warensendung vor.

Die Pflichten gelten sowohl für den Handel mit Batterien selbst als auch für den Vertrieb batteriebetriebener Ware mit beigelegten oder eingebauten Speicherzellen, §1 Abs. 1 BattG.

Der Sachverhalt

Das OLG München hatte über einen Fall zu entscheiden, in dem ein Mitbewerber gegen einen Online-Händler von Babyartikeln auf Unterlassung klagte, der batteriebetriebenes Spielzeug anbot und die nach §18 Abs. 1 erforderlichen Informationen zum einen in seinem Impressum bereithielt, zum anderen aber als schriftliche Hinweise seinen Warensendungen beifügte.

Nach Ansicht des Klägers reichte die Angabe im Impressum nicht aus, da ein Verbraucher dort regelmäßig keine produktbezogenen Informationen erwarte. Selbst aber die Umsetzung der anderen Bereitstellungsalternative genüge nicht, da §18 Abs. 1 Satz 2 insofern nicht dafür gedacht sei, Versandhändler durch die Wahl einer Bereitstellungsform zu privilegieren. Vielmehr sei das "oder" in Satz 2 als kumulatives "und" zu verstehen. Dafür spreche, dass die Informationspflichten auch dem Zweck dienten, den Verbraucher bei seinen Kaufentscheidungen zu sensibilisieren und ihn über die chemische Zusammensetzung in Kenntnis zu setzen, um ihm die Wahl zwischen schädlichen oder weniger schädlichen Produkten zu ermöglichen. Weil dies aber eine Unterrichtung vor Vertragsschluss erfordere, genüge die einzig rechtskonforme Option der Beifügung von Hinweisen zur Warensendung nicht. Mithin liege ein Verstoß gegen §4 Nr. 11 UWG in Verbindung mit §18 Abs. 1 Satz 2 BattG vor. Dem trat die ursprüngliche Beklagte mit einer negativen Feststellungsklage in der Berufung entgegen.

Die Entscheidung des Gerichts

Das Gericht verneinte im vorliegenden Fall einen Verstoß gegen §4 Nr. 11 UWG i.V.m. §18 Abs. 1 Satz 2 BattG und gab der Berufung der ursprünglichen Beklagten statt.

Bei den Hinweispflichten handle es sich um geschäftsbezogene Informationspflichten zum Schutze der Marktteilnehmer und somit um Marktverhaltensvorschriften, deren Verstoß über §4 Nr. 11 geahndet werden könne.

Zwar erscheine fraglich, ob eine Anführung der Hinweise im Impressum des Online-Shops den gesetzlichen Anforderungen genüge. Insofern nämlich müssten die Hinweise in Anlehnung an Abs. 1 Satz 1 auch im verwendeten Kommunikationsmedium gut sichtbar und leicht erkennbar sein, woran es fehle, wenn diese in einer Rubrik platziert sind, in der ein Verbraucher derartige produktbezogene Informationen regelmäßig nicht erwarte. Ein Impressum erhalte aber stets nur Angaben über die Identität und den Kontakt des Anbieters.

Eine weitere Erörterung könne aber dahinstehen, sofern den Pflichten durch die Beifügung von schriftlichen Hinweisen in der Warensendung genügt wurde.

Für die Auffassung, dass im Versandhandel stets beide Bereitstellungsalternativen befolgt werden müssten, um dem Verbraucher eine informierte Kaufentscheidung vor Vertragsschluss zu ermöglichen, fehle es sowohl in der Gesetzesbegründung als auch im Normtext selbst an Anhaltspunkten. Vielmehr gewähre §18 Abs. 1 Satz 2 BattG gerade die Wahl zwischen der einen oder der anderen Hinweisform. Das dort angeführte "oder" könne insofern nicht als "und" aufgefasst werden.

Fazit

Den Hinweispflichten nach §18 Abs. 1 Satz 2 BattG kann im Fernabsatz entweder durch eindeutige Angaben im Kommunikationsmedium oder durch eine beigefügte schriftliche Unterrichtung in der Warensendung nachgekommen werden.

Ein Verstoß gegen eine der beiden Alternativen ist immer dann unbeachtlich, wenn die jeweils andere ordnungsgemäß befolgt wurde.

Im Online-Handel genügt es den Deutlichkeitsanforderungen regelmäßig nicht, die erforderlichen Informationen allgemein im Impressum anzuführen. Vielmehr sollten sie aufgrund ihrer Produktbezogenheit jedem betroffenen Angebot einzeln zugeordnet werden.

Wird bei unzulänglicher Darstellung im Online-Shop aber ein Hinweistext jeder Warensendung beigefügt, liegt keine unlautere Handlung vor.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt