

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Ist ein pauschaler Ausschluss von Wiederverkäufern im Online-Handel möglich?

Viele Online-Händler möchten Ihre Waren nicht an Wiederverkäufer veräußern, die ihnen anschließend Konkurrenz machen könnten. Daher findet man in Online-Shops immer wieder Aussagen wie "Wir verkaufen nicht an Wiederverkäufer" oder "Kein Verkauf an Wiederverkäufer". Doch ist eine solche Regelung rechtlich überhaupt zulässig? Und wie lässt sich ein solcher Ausschluss ggf. wirksam umsetzen? Diesen Fragen gehen wir im nachfolgenden Beitrag auf den Grund.

Kürzlich erreichte uns die folgende Anfrage eines Mandanten:

"Einige eigens von uns hergestellten Produkte möchten wir nicht an andere Händler verkaufen, da diese sehr beratungsintensiv sind und teilweise auch einen gewissen "Namen" durch eine kompetente und umfassende Betreuung gewinnen sollen. Wir möchten daher nicht, dass andere Händler/Wiederverkäufer diese Produkte kaufen (auch nicht zum vollen Preis) und dann an Endkunden weiterverkaufen, egal ob mit Aufschlag oder nicht. Gibt es eine Möglichkeit durch z. B. eine Regelung in den AGB "Kein Verkauf an Wiederverkäufer" ein klares Vertragsverhältnis zu schaffen? Kann man Händler auch ohne diesen Hinweis dazu bringen die Produkte nicht weiterzuverkaufen. Denn leider erschleichen sich manche die Produkte auf dubiose Weise, so kann ich das selbst nicht immer einschätzen ob es Privat oder Gewerblich ist. Daher würde ich gerne in einer rechtlich möglichen Weise da einen Riegel verschieben."

Grundsatz der Privatautonomie

Grundsätzlich kann sich jeder Verkäufer seinen Vertragspartner selbst aussuchen und entscheiden, ob er mit diesem einen Vertrag abschließen möchte oder nicht. Dies gilt freilich auch im Online-Handel. Allerdings stellt sich dort häufig das Problem, dass der Verkäufer keine Möglichkeit hat, die Identität und Motivation seines Vertragspartners vorab genau zu prüfen. Ferner kommen Verträge im Online-Handel häufig voll automatisiert zustande, etwa durch eine automatisch generierte Auftragsbestätigung oder Zahlungsaufforderung, ohne dass der Verkäufer dies im Einzelfall beeinflussen kann. In der Regel erfährt der Verkäufer erst nach dem Vertragsschluss, wer im Einzelfall sein Vertragspartner ist. Dann ist es für einen Rückzieher aber schon zu spät, wenn er die Ware lieber doch nicht an den Erwerber liefern möchte.

Möglichkeit der Beschränkung des Käufer-Kreises durch AGB?

Fraglich ist, ob der Händler sich durch die Verwendung entsprechender AGB vor unliebsamen Käufern schützen kann. Denkbar wäre etwa eine Regelung in AGB, nach der sich die Angebote des Verkäufers nicht an gewerbliche Wiederverkäufer richten und somit auch nicht an entsprechende Käufer geliefert werden muss. Alternativ könnte man auch über eine Regelung nachdenken, nach der sich der Käufer dazu verpflichtet, die erworbene Ware nicht im Wege des gewerblichen Wiederverkaufs an Dritte zu veräußern.

Solche Regelungen wären nach unserer Auffassung jedoch aus unterschiedlichen Gründen unwirksam, mit der Folge, dass sich der Verwender hierauf nicht berufen könnte. So verstieße die zuerst genannte Regelung bereits gegen den Vorrang der Individualabrede (§ 305b BGB), wenn der Händler trotz einer solchen Klausel gleichwohl einen Vertrag mit dem Käufer schließt, und sei es auch (nur) auf elektronischem Weg. Die zweite Regelung dürfte jedenfalls eine überraschende Klausel (§ 305c I BGB) darstellen, da der Erwerber einer Ware nicht damit rechnen muss, diese nur eingeschränkt weiterveräußern zu dürfen. Dies stellt einen unzulässigen Eingriff in das Eigentumsrecht des Käufers dar. Schließlich dürften beide Regelungen auch dem Transparenzgebot (§ 305c II BGB) zuwider laufen, da für den Käufer zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses möglicherweise noch gar nicht erkennbar ist, ob er die Ware in der Zukunft zu gewerblichen Zwecken verkaufen wird und welche Voraussetzungen dafür vorliegen müssen.

Im Ergebnis ist die Beschränkung des Käufer-Kreises durch AGB also nicht möglich.

Beschränkung des Käufer-Kreises durch technische Maßnahmen im Online-Shop

Kann der Händler unliebsame Käufer ggf. durch technische Maßnahmen in seinem Online-Shop ausschließen? Dabei könnte man etwa an die vom BGH zum Ausschluss von Verbrauchern aus reinen B2B-Shops aufgestellten Grundsätze denken ([vgl. hier](#)). Allerdings lässt sich dies bei einem Ausschluss, der nur für gewerbliche Wiederverkäufer gelten soll nicht umsetzen. Denn die Angebote des Verkäufers richten sich sowohl an Verbraucher, als auch an Unternehmer. Aus dieser Gruppe sollen nur solche Käufer ausgeschlossen werden, die die Ware anschließend zu gewerblichen Zwecken weiterverkaufen. Dies kann streng genommen sogar für Verbraucher gelten, die die Ware zunächst zu privaten Zwecken erwerben, diese aber später in ein Gewerbe einführen und dann wieder veräußern. Zudem kann der Händler zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses überhaupt nicht erkennen, mit welcher Motivation und zu welchem Zweck der Käufer die Ware kauft. Daher würde es ihm auch nichts nützen, den Käufer etwa via Checkbox im Bestellprozess bestätigen zu lassen, dass er die Ware nicht zum Zwecke des gewerblichen Wiederverkaufs erwirbt. In vielen Fällen wird der Käufer dies zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses selbst

nicht wissen.

Beschränkung der Bestellmenge durch technische Maßnahmen im Online-Shop

Wenn eine Beschränkung des Käufer-Kreises im vorgenannten Sinne also nicht möglich ist, könnte der Händler zumindest durch eine Beschränkung der Bestellmenge in seinem Online-Shop erreichen, dass sich unliebsame Konkurrenten nicht ungeniert bei ihm eindecken können. Dabei müsste durch technische Maßnahmen sichergestellt werden, dass der Käufer im Rahmen einer Bestellung nur eine bestimmte Menge an Artikeln in den virtuellen Warenkorb einlegen kann und dass er entsprechende Bestellungen nicht jederzeit erneut ausführen kann. Flankierend müsste der Händler die Kunden in seinem Online-Shop an geeigneter Stelle über entsprechende Bestellbeschränkungen (Höchstbestellmengen) informieren, etwa durch einen deutlichen Hinweis im Footer jeder Shopseite sowie eine entsprechende Warnmeldung im virtuellen Warenkorb, wenn die zulässige Höchstmenge an bestellbaren Artikeln überschritten wird. Dies erfordert freilich einigen Programmieraufwand, der für den Händler zu erheblichen Zusatzkosten führen kann.

Fazit

Viele Online-Händler möchten Ihre Waren nicht an Wiederverkäufer veräußern, die ihnen anschließend Konkurrenz machen könnten. Es zeigt sich aber, dass der Ausschluss solcher Käufer in der Praxis des Online-Handels in rechtlich zulässiger Weise kaum möglich ist. Weder durch die Verwendung entsprechender AGB noch durch technische Maßnahmen lässt sich der Käufer-Kreis wirksam einschränken. Eine zulässige aber schwer umsetzbare und noch dazu kostenintensive Maßnahme könnte die Beschränkung der Bestellmenge durch technische Maßnahmen im Online-Shop darstellen. Der wirksamste Schutz vor entsprechenden Käufern ist die Vermeidung eines vorschnellen Vertragsschlusses im Online-Shop, indem Angebote von Kunden über den Online-Shop nicht sofort angenommen werden, was bereits durch eine automatisch generierte Auftragsbestätigung oder Zahlungsaufforderung geschehen kann. Allerdings hilft dies dem Händler nur, wenn er weiß, dass es sich bei dem Besteller um einen gewerblichen Wiederverkäufer handelt, da die Motivation des Käufers bei der Bestellung in der Regel nicht erkennbar ist.

Autor:

RA Arndt Joachim Nagel

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht