

# Betriebs Berater

BB

23 | 2022

Vertragsstörungen ... Automatenspielumsätze ... ESRS ... Antidiskriminierung ... Recht ... 7.6.2022 | 77. Jg.  
Seiten 1281–1344

## DIE ERSTE SEITE

**Prof. Dr. iur. Michael Stahlschmidt**, M.R.F. LL.M., MBA LL.M., RA/FASr/FAInsR/FAMedR/StB  
Geldwäschebekämpfung soll neu organisiert werden

## WIRTSCHAFTSRECHT

**Dr. Marius Mann**, MBA, M.Jur., RA, und **Dr. Boris Waschkowski**, LL.M., RA  
Vertragsstörungen in Krisenzeiten | 1283

## STEUERRECHT

**Prof. Dr. Dieter Dziadkowski**  
Umsatzsteuerpflicht von Automatenspielumsätzen zweifelhaft | 1303

## BILANZRECHT UND BETRIEBSWIRTSCHAFT

Dipl.-Kfm. **Georg Lanfermann**, WP/StB  
European Sustainability Reporting Standards (ESRS): EFRAG-Konsultationsentwürfe  
als Meilenstein der neuen EU-Nachhaltigkeitsberichterstattung | 1323

## ARBEITSRECHT

**Prof. Dr. Gregor Thüsing** und **Lena Bleckmann**  
Der Unabhängige Bundesbeauftragte für Antidiskriminierung nach §§ 26 ff. AGG n. F. | 1332

**Jana Hoffmann**, M.Sc., und **Julika Demmer**, B.Sc.  
Aktuelle arbeits- und sozialrechtliche Fragen beim Insolvenzgeld | 1335

## BB-Kommentar

### EuGH sieht keine generelle Informationspflicht bei Herstellergarantie, insbesondere bei werbewirksamer Vermarktung müssen Online-Händler allerdings aufpassen

#### PROBLEM

Händler heben bei der Vermarktung ihrer Produkte gern eine bestehende Herstellergarantie hervor. Gerade bei der Einstellung von Angeboten in Online-Verkaufsportale, auf denen für die Händler ein hoher Wettbewerbsdruck herrscht, bietet ein solcher Verweis auf eine freiwillige Erweiterung der gesetzlichen Haftung durch den Hersteller ein gutes zusätzliches Geschäftsargument. Bei Verbrauchergeschäften ist für Händler dabei oft unklar, ob Informationspflichten bestehen und wenn ja, welchen Inhalt die geschuldeten Hinweise haben müssen. Würde man außerdem bei bloßem Bestehen einer Herstellergarantie stets eine Informationspflicht von Händlern annehmen, so würde diese gerade bei Fällen, in denen der Händler die Ware nicht direkt vom Hersteller bezieht, praktische Schwierigkeiten zur Folge haben. Das würde oft dazu führen, dass Händler aufwendige Recherchen anstellen müssten, was wiederum negativen Einfluss auf ihre Wettbewerbsfähigkeit haben könnte. Auch bei Fällen, in denen der Online-Händler gegenüber Verbrauchern keine eigenen Aussagen zur Garantie tätigt, sondern nur beiläufig auf Angaben des Herstellers dazu verweist, besteht Rechtsunsicherheit.

Die schwierige Abwägung von Verbraucherschutz und Wettbewerbsfähigkeit beschäftigte auch den BGH. Dieser legte dem EuGH mit seinem Beschluss vom 11.2.2021 (I ZR 241/19 – BB 2021, 783 m. BB-Komm. Ozt) einige Fragen in Bezug auf die Informationspflichten zu Herstellergarantien im Wege eines Vorabentscheidungsverfahrens vor. Diese Fragen hatte der EuGH nun zu klären.

#### ZUSAMMENFASSUNG

Konkret ging es um einen beklagten Online-Händler, der auf einer Internet-Verkaufsplattform Taschenmesser anbot. Die Angebotsseite selbst enthielt keine Angaben zu einer etwaigen Herstellergarantie. Lediglich unter der Rubrik „Weitere technische Informationen“ enthielt die Seite einen Link mit der Bezeichnung „Betriebsanleitung“. Das dort verlinkte Produktinformationsblatt enthielt Ausführungen zur Garantie des Herstellers. Diese Angaben fand die Klägerin, eine Mitbewerberin des Beklagten, nicht ausreichend und verlangte Unterlassung. Nachdem die Klägerin im ersten Rechtszug unterlag, gab das Berufungsgericht der Klage statt. Der BGH, der zur Revision vom Beklagten angerufen wurde, setzte das Verfahren aus und legte dem EuGH drei Vorlagefragen zur Auslegung europäischer Verbraucherschutzvorschriften vor.

Bei den ersten beiden Vorlagefragen musste der EuGH klären, ob Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83/EU (Verbraucherrechte-RL) so auszulegen ist, dass schon das bloße Bestehen einer Herstellergarantie die dort verankerten Informationspflichten auslöst oder ob die Vorschrift nur unter bestimmten Umständen zur Aufklärung über das Bestehen und die Bedingungen der Garantie verpflichtet. Der EuGH kam zu dem Ergebnis, dass der Wortlaut des Art. 6 Abs. 1 der Verbraucherrechte-RL diesbezüglich nicht eindeutig sei, sich aus dem Regelungszweck und Kontext der Vorschrift aber keine solche absolute Informationspflicht ableiten lasse. Der EuGH betont dabei die Wichtigkeit, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit sowie unternehmerischer Freiheit der Unternehmen sicherzustellen. Eine umfassende Informations-

pflicht bestehe daher nur bei berechtigtem Verbraucherinteresse im Hinblick auf die Kaufentscheidung. Ein solches berechtigtes Interesse liege vor allem in Fällen vor, in denen der Online-Händler konkret mit der Herstellergarantie wirbt, um die Attraktivität seines Angebots zu steigern. Für die Feststellung seien insbesondere Inhalt und allgemeine Gestaltung des Angebots sowie die Bedeutung der Erwähnung der Herstellergarantie im Angebot sowie die Gefahr eines Irrtums oder einer Verwechslung auf Seiten des Verbrauchers zu berücksichtigen. Sofern das Angebot, wie wohl auch im vorliegenden Fall, die Herstellergarantie lediglich „beiläufig oder in belangloser oder vernachlässigbarer Weise“ erwähnt, stellen umfassende Informationspflichten regelmäßig eine unverhältnismäßige Belastung für den Online-Händler dar.

Bei der dritten Vorlagefrage ging es um den Inhalt der Informationen, die der Unternehmer zur Verfügung stellen muss, sofern ihn dazu eine Pflicht trifft. Hier entschied der EuGH, dass Art. 6 Abs. 1 Verbraucherrechte-RL in Verbindung mit Art. 6 Abs. 2 zweiter Gedankenstrich der Richtlinie 1999/44/EG (Verbrauchsgüterkauf-RL) so auszulegen sei, dass die Informationspflicht alle Informationen hinsichtlich der Bedingungen für die Anwendung und die Inanspruchnahme einer solchen Garantie umfassen, die dem Verbraucher seine Kaufentscheidung ermöglichen. Davon umfasst sein können nicht nur der zeitliche und räumliche Geltungsbereich der Garantie, sondern auch der Reparaturort, mögliche Beschränkungen der Garantie sowie Namen und Anschrift Garantiegebers.

#### PRAXISFOLGEN

Die Entscheidung des EuGH lässt Online-Händler zumindest etwas aufatmen. Nicht allein das bloße Bestehen einer Herstellergarantie löst Informationspflichten gegenüber Verbrauchern aus. Gleichzeitig müssen Online-Händler bei der Gestaltung ihrer Angebote beachten, dass sie sich einem hohen Abmahnrisiko aussetzen, wenn sie die Herstellergarantie werbewirksam dazu nutzen, die Attraktivität ihres Angebots zu steigern und dabei die notwendigen Angaben unterlassen. Die Entscheidung des EuGH kann daher auch dazu führen, dass Online-Händler unter Umständen zurückhaltender werden, was eine solche Werbung betrifft, gerade wenn sie in keiner direkten Lieferbeziehung zum Hersteller stehen und sich die Beschaffung notwendiger Informationen für sie daher praktisch schwierig gestalten könnte.

Kürzliche Gesetzesänderungen bergen außerdem neue Abmahnrisiken für den Handel. Die vom EuGH zur Feststellung der geforderten Informationen über die Garantie herangezogene Verbrauchsgüterkauf-RL wurde mittlerweile durch die Richtlinie (EU) 2019/771 (Warenkauf-RL) abgelöst. Dabei wurden auch die Informationspflichten im Zusammenhang mit der Garantieerklärung, die zuvor in Art. 6 Abs. 2 der Verbrauchsgüterkauf-RL verankert waren, durch Art. 17 Abs. 2 der Warenkauf-RL neu geregelt und ausgeweitet. In Deutschland trat das Gesetz zur Umsetzung der Warenkauf-RL Anfang 2022 in Kraft. Hier ist unter anderem spannend, wie und ob Hersteller ihre Pflichten aus § 479 BGB als Garantiegeber an (Zwischen-)Händler in ihrer Lieferkette weitergeben können und werden.

**Susanne Schuster**, Rechtsanwältin, ist Senior Associate im Münchner Büro von Hogan Lovells. Sie ist auf das Handels- und Vertriebsrecht sowie regulatorische Fragen spezialisiert und gehört dem Praxisbereich SOAR (Strategic Operations, Agreements and Regulation) an.

