

# Chance trotz(t) Risiko

## Tücken des Online-Handels vermeiden

*Schon vor dem vergangenen Weihnachtsgeschäft war bekannt, dass der Online-Handel lukrativ sein kann. Etliche Schwergewichte des stationären (Groß-)Handels haben dies erkannt und mit Online-Shops einen weiteren Vertriebsweg mit zusätzlichem Umsatzpotenzial etabliert. Dass diese Erschließung virtueller Märkte nicht immer glatt verläuft, zeigen die Erfahrungen der Wettbewerbszentrale am Beispiel des Versands edler Whisky-Spirituosen.*

**N**achdem die Elektronikette Media-Saturn und der Warenhaus-Konzern Galeria Kaufhof eigene Webshops eröffnet haben, ist auch die Metro-Tochter Cash & Carry mit dem Verkauf von Wein, Sekt und Champagner im Internet gestartet.

Auch etliche Getränkegroßhändler und Getränkemärkte erweitern ihren Kundenservice und -kreis, indem sie sich neben dem bisherigen standörtlichen Angebot durch einen Online-Versand breiter aufstellen. Nicht immer aber gelingt es Unternehmen auf Anhieb, die besonderen, für die neuen Medien geltenden Regeln einzuhalten. Wer hier Fehler macht, riskiert schnell eine kostenpflichtige Abmahnung.

### Fehlende Kennzeichnung

So wurde die Wettbewerbszentrale aus Kreisen der Spirituosenbranche darauf aufmerksam gemacht, dass bei den über das Internet verkauften Single Malt Whiskys z. B. der schottischen Destillieren Glenmorangie, Talisker und Dalwhinnie in aller Regel nicht gekennzeichnet wird, dass dem Whisky Zuckerkulör zugesetzt ist, das ihm seine goldgelbe/goldbraune Farbe verleiht. Zuckerkulör ist ein Farbstoff, der im Sinne von §3 der Verordnung über die Zulassung von Zusatzstoffen zu Lebensmitteln zu technologischen Zwecken (Zusatzstoff-Zulassungsverordnung, kurz: ZZuV) dazu dient, den Whisky zu färben.

Der Zusatz eines Farbstoffes muss, wenn ein Lebensmittel auch an Verbraucher abgegeben wird, durch den Hinweis „mit Farbstoff“ kenntlich gemacht werden (§9 Abs.1 Nr.1 ZZuV). Wird der Whisky in einem Online-Shop im Internet angeboten, reicht es dabei nicht aus, wenn „mit Farbstoff“ nur auf dem Etikett der Flaschen abgedruckt ist. Nach §9 Abs.6 Nr.4 ZZuV muss eine Kennzeichnung bereits bei der jeweiligen Beschreibung des angebotenen Whiskys erfolgen.

Weil der Verbraucher dazu neigt, einen vermeintlich zusatzfreien Whisky als „gesünder“ oder auch „natürlicher“ vorzuziehen, muss er im Versandhandel noch vor Aufgabe seiner Bestellung aufgeklärt werden, um eine informierte Entscheidung treffen zu können (vgl. auch Oberverwaltungsgericht des Landes Nordrhein-Westfalen, Az.: 13 A 2903/05, und Sächsisches Oberverwaltungsgericht, Az.: 3BS 333/06).

Die Beschwerden betrafen gerade auch auf den Whiskyhandel spezialisierte Versandhändler. Die Überprüfung durch die Wettbewerbszentrale bestätigte die annähernd flächendeckend fehlende Kenntlichmachung des zugesetzten Zuckerkulörs.

### Kostenträchtige Abmahnung durch Mitbewerber vermeiden

Derartige begründete Verstöße können grundsätzlich per Abmahnung reklamiert werden. Diese kann von einem Mitbewerber oder – um als Beschwerdeführer für den Gegner unerkannt zu bleiben – einer Institution wie der Wettbewerbszentrale ausgesprochen werden. Neben der Aufforderung zur Ab-



Quelle: pixelio, Gerd Altmann

gabe einer mit einem Vertragsstrafeversprechen versehenen Unterlassungsverpflichtungserklärung wird der Online-Anbieter verpflichtet, im Falle einer begründeten Abmahnung die entstandenen Kosten zu erstatten. Bei klagebefugten Verbänden ist dies regelmäßig (nur) eine Aufwandspauschale, die sich bei der Wettbewerbszentrale auf derzeit 219,35 Euro (inklusive sieben Prozent Mehrwertsteuer) beläuft.

Wird dagegen vom Mitbewerber für die Abmahnung ein Rechtsanwalt eingeschaltet, können für den Online-Händler Kosten in Höhe von 500 Euro bis 1500 Euro – in Einzelfällen auch mehr – anfallen. Konkret hängt dies immer davon ab, welcher Gegenstandswert vom Anwalt zugrunde gelegt wird.

Mitbewerber können unter bestimmten Voraussetzungen auch Auskunft über den Umfang der wettbewerbswidrigen Online-Verkäufe verlangen und einen Schadensersatzanspruch geltend machen; letztgenannter Anspruch setzt allerdings den Eintritt eines Schadens bei dem Mitbewerber voraus, welcher in der hier berichteten Fallgruppe jedenfalls schwer nachweisbar ist. Obwohl ein Schadensersatzanspruch in der Praxis bei diesen Fallgestaltungen nur selten vorkommt, kann er aber nicht ausgeschlossen werden.

## Effizientes Einschreiten der Wettbewerbszentrale

In fast allen von der Wettbewerbszentrale gerügten Fällen konnte der Wettbewerbsverstoß durch Abgabe einer Unterlassungserklärung abgestellt werden, in der sich die abgemahnten Whiskyhändler strafbewehrt für den Fall der Zuwiderhandlung dazu verpflichteten, in ihren Online-Shops im Internet Whisky, der Zuckerkulör enthält, künftig mit dem Hinweis „mit Farbstoff“ zu kennzeichnen.



Quelle: Tim Reckmann/pixelio.de

*Wer seine Produkte über das Internet vertreibt, muss bestimmte Regeln einhalten, um Strafen zu vermeiden.*

Bei einer zeitlich versetzten nochmaligen Überprüfung konnte die Wettbewerbszentrale feststellen, dass in den einschlägigen Online-Shops im Internet zuckerkulörhaltiger Whisky mit dem Hinweis „mit Farbstoff“ so gekennzeichnet ist, wie es die gesetzlichen Bestimmungen verlangen. Erfreulich ist, dass dies nicht nur bei den abgemahnten Whiskymarken der Fall ist.

Die Händler haben die gesetzlichen Bestimmungen auch bei den anderen Whiskys, die Zuckerkulör enthalten, umgesetzt.

Dies zeigt, dass das nationale System der wettbewerbsrechtlichen Rechtsverfolgung äußerst effizient ist. Im Rahmen der Selbstkontrolle wird der Wirtschaft eine kostengünstige Möglichkeit gegeben, die Einhaltung von gesetzli-

chen Vorschriften, die alle Konkurrenten am Markt betreffen, durchzusetzen. Zu guter Letzt ist auch dem Verbraucherschutz gedient, da relativ schnell durchgesetzt werden konnte, dass der Verbraucher die Informationen erhält, die ihm das Rechtssystem einräumt. □

### Torsten Hülsken

Er ist Rechtsanwalt im Büro München der Wettbewerbszentrale und berät Brauereien und Getränkewirtschaft. Vor seinem Eintritt bei der Wettbewerbszentrale war er in einer Patent- und Rechtsanwaltskanzlei auf den Gebieten des Wirtschaftsrechts und des gewerblichen Rechtsschutzes aktiv.

