

## ECC-Rechtstipp

von RA Rolf Becker ([mail@rolfbecker.de](mailto:mail@rolfbecker.de))

### Das Kreuz mit der Lieferzeit



Lieferbarkeitsangaben sind nach wie vor problematisch für den Händler im Shop. „Der von der Werbung eines Internet-Versandhauses angesprochene Durchschnittsverbraucher erwartet in der Regel, dass die beworbene Ware unverzüglich versandt werden kann, wenn nicht auf das Bestehen einer abweichenden Lieferfrist unmissverständlich hingewiesen wird.“ Das ist das Credo des Bundesgerichtshofs zu der Frage. Es verpflichtet den Händler zu Angaben, wenn die Ware nicht sofort nach Bestelleingang versendet werden kann (BGH Urteil vom 07.04.2005, Az. I ZR 314/02).

Wer erst in der Auftragsbestätigung auf eine mangelnde Verfügbarkeit bzw. Lieferfrist hinweist, der kommt zu spät nach der Rechtsprechung. Mit Urteil vom 22. April 2010 hat das OLG Hamm die erstinstanzliche Verurteilung eines Händlers bestätigt, der nicht lieferbare Produkte beworben hatte. Es handelte sich für das Gericht um eine klassische Lockvogelwerbung. Der hatte zwar eine Klausel verwendet, wonach bei kurzfristig nicht lieferbaren Artikeln der Kunde vom Liefertermin benachrichtigt werde. Diese Regelung sei aber schon deshalb nicht ausreichend, so die Richter, weil die Aufklärung erst nach der Bestellung und damit zu spät erfolge. Außerdem sei der Hinweis zu unbestimmt, da er nicht darüber aufkläre, dass gerade die bestellte Ware betroffen sei.

Es stellt sich somit die Frage, wie Lieferzeiten konkrete angegeben werden können. Oft findet man „in der Regel“-Angaben oder „voraussichtliche Lieferzeiten“. Bei diesen Angaben ist jedoch nicht klar, was außerhalb der Regel gilt. Insofern hat auch das OLG Bremen (Urteil vom 05.10.2012, Az. 2 U 49/12) entschieden, dass der Hinweis "Voraussichtliche Lieferzeit: 1 - 3 Werktage" oder der Hinweis "Lieferzeit in der Regel ... Werktage" intransparent und damit wettbewerbswidrig sind. Der Händler behalte sich eine nicht ausreichend bestimmte Zeit für die Erbringung der Leistung vor.

Zirka-Angaben sind wohl noch zulässig. Ein häufig hierzu falsch zitiertes Urteil des OLG Hamm (Urteil vom 18.09.2012, Az. I-4 U 105/12) steht dem nicht entgegen. Dagegen reicht eine Lieferzeit „auf Anfrage“ nicht aus (OLG Hamm, Urteil vom 17.03.2009 - Az. 4 U 167/08).

#### Unterscheide Verfügbarkeit und Lieferzeit

Die beiden Begriffe „Verfügbarkeit“ und „Lieferzeit“ werden häufig in einen Topf geworfen. Dabei besagen sie doch etwas ganz Unterschiedliches. So soll mittels der „Verfügbarkeit“ die Frage geklärt werden, ob die Ware beim Händler vorrätig ist. Demgegenüber trifft die

„Lieferzeit“ eine Aussage dazu, bis wann der Kunde mit der Lieferung der Ware rechnen kann. Es kann auch ein „sofort“ verfügbarer PKW durchaus eine gewisse Lieferzeit haben und muss nicht automatisch zur sofortigen Mitnahme bereitstehen. So entschied das LG Bochum mit Urteil vom 22. Dezember 2011, Aktz.: I-14 O 189/11 und kam zu dem Ergebnis, dass eine entsprechende Werbung, die zwischen diesen Begrifflichkeiten unterscheidet, dementsprechend auch nicht irreführend sei.

In einer Werbung war ein KIA Sorento unter Verfügbarkeit mit der Angabe „sofort“ beworben worden und weiter unten unter der Fahrzeugbeschreibung hieß es: „Die Lieferzeit kann von der oben angegebenen abweichen. Für die Anfrage des genauen Liefertermins kontaktieren Sie uns bitte“. Diese Werbung hielt ein Mitbewerber für unzulässig, konnte damit aber im Ergebnis nicht durchdringen.

### Markenrecht

Probleme mit dem Markenrecht kann es geben, wenn z. B. in Metatags Markennamen in Shops aufgeführt werden die Waren betreffen, die nicht lieferbar angeboten werden. Auch hier kann man von einem Lockvogeleffekt ausgehen. Schauen Sie also gelegentlich auch mal in Ihren Quellcode. Mancher Händler ahnt nicht einmal, welche juristischen Tretminen hier schlummern.

### Fazit

Lieferbarkeitsangaben sind ein Muss für alle, die keine Ware vorrätig haben und sofort versenden können. Bei der Angabe selbst ist Vorsicht geboten. Sie betrifft den Zeitraum zwischen Bestelleingang und Lieferung beim Kunden (ggf. z. B. nach Eingang Vorkasse) und darf nicht zu unbestimmt angegeben werden („in der Regel“). Beworben dürften überhaupt nur lieferbare Waren, sonst kann es schnell (abmahn-) kritisch werden.

### Über den Autor

Rechtsanwalt Rolf Becker ([www.rolfbecker.de](http://www.rolfbecker.de)) ist Partner der Rechtsanwälte WIENKE & BECKER ([www.kanzlei-wbk.de](http://www.kanzlei-wbk.de)) in Köln und Autor von Fachbüchern und Fachartikeln zum Wettbewerbsrecht, Markenrecht und Vertriebsrecht insbesondere im Fernabsatz. Als Mitglied im ECC-Club kommentiert Rechtsanwalt Becker für das ECC Köln regelmäßig aktuelle Urteile zum Online-Handel und gibt Händlern praktische Tipps, wie sie mit den gesetzlichen Vorgaben umgehen sollen.

Er ist auch Autor auf den Informationsdiensten

[www.Versandhandelsrecht.de](http://www.Versandhandelsrecht.de),

[www.fernabsatz-gesetz.de](http://www.fernabsatz-gesetz.de) und

[www.Urteilsticker.de](http://www.Urteilsticker.de),

[www.widerrufsrecht.info](http://www.widerrufsrecht.info)

### RA Rolf Becker auf

Twitter: <http://twitter.com/rolfbecker>

Facebook: [www.facebook.com/versandhandelsrecht.de](http://www.facebook.com/versandhandelsrecht.de)

Dieser Rechtstipp ist Teil des Informationsangebots des E-Commerce-Center Köln (ECC Köln) an der IFH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln.

Kontakt:

E-Commerce-Center Köln

c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Dürener Str. 401 b

50858 Köln

Telefon: 0221 943607-70

Fax: 0221 943607-59

E-Mail: [info@ecckoeln.de](mailto:info@ecckoeln.de)

URL: <http://www.ecckoeln.de> und <http://www.ifhkoeln.de>

Erscheinungsdatum: 27. Juni 2013