

Professor Dr. Paul T. Schrader, LL.M. oec., Augsburg\*

## „Cashback Aktion“

THEMATIK	Vertragsschluss, Gewährleistungsrecht, Minderung und Schadensersatz, vorvertragliche Aufklärungspflichten
SCHWIERIGKEITSGRAD	Zwischenprüfung
BEARBEITUNGSZEIT	1,5 Stunden
HILFSMITTEL	Schönfelder

### ■ SACHVERHALT

Die A-AG betreibt eine Internetplattform, auf der sie selbst Produkte zum Verkauf anbietet. Jedes Produkt wird auf einer Website angezeigt. Eine solche Website enthält neben einem Titel immer eine Beschreibung des Artikels und meist auch Abbildungen.

---

\* Der Verfasser *Schrader* ist Inhaber der Juniorprofessur für Bürgerliches Recht, Gewerblichen Rechtsschutz und Zivilprozessrecht an der Universität Augsburg. Der Autor dankt seinen Mitarbeitern Herrn *Korbinian Nuber*, Frau *Vivian Reck* und Herrn *Sascha Vugrin* für die Unterstützung und die Diskussion während der Erstellung des Manuskripts.

A ermöglicht es außerdem Dritten, auf dieser von A betriebenen Plattform Produkte zum Kauf anzubieten. Der Betrachter der Website kann in einer Liste auswählen, von welchem Anbieter (A oder einem Dritten) er das Produkt erwerben möchte. Dabei ist geregelt, dass der Kaufvertrag nur zwischen dem jeweiligen Anbieter des Produkts, der aus der Liste auf der Website ausgewählt werden kann, und dem jeweiligen Käufer zustande kommt. Mit der A soll nur ein Vertragsverhältnis zustande kommen, wenn A in der Liste auf der Website von dem Kunden ausgewählt wird.

Der Händler V möchte mehrere neue Kameraobjektive verkaufen. Diese Objektive stammen aus Sets, die jeweils aus einer Kamera und einem Objektiv bestehen. Beides war gemeinsam in einem Set-Karton (nicht jedoch einzeln) verpackt. V hat keine Möglichkeit, auf der Plattform der A eine eigene Produktbeschreibung zu erstellen. Auch kann V die vorhandenen Produktbeschreibungen nicht abändern. Er kann lediglich zu dem Produkt, das er verkaufen will, eine von A vorgegebene Produktbeschreibung auswählen und sein Produkt auf diese Weise präsentieren. Daher wählt er die vorgegebene Produktbeschreibung von A für das Produkt mit dem Titel „Canon 18-135 mm f/3-5-5,6 EF-S IS Objektiv, in Originalverpackung“. Das einzige, was V frei festlegen kann, ist der Verkaufspreis. Hierfür gibt er 300 EUR an.

Der Wert des einzeln verkauften Objektivs beträgt ungefähr 350 EUR. Auch A bietet das Objektiv an, und zwar für 350 EUR. In der nach Verkaufspreisen sortierten Liste auf der Website steht das Angebot des V als günstigstes ganz oben.

K ruft die Website der A auf und will die Chance nutzen, ein solches Objektiv günstig zu erwerben. Außerdem freut er sich, da der Hersteller des Objektivs (Canon) derzeit eine sog. „Cashback-Aktion“ anbietet: Wenn ein Objektiv im Aktionszeitraum gekauft und spätestens 1 Monat nach dem Kauf auf der Website des Herstellers registriert wird sowie eine Rechnungskopie und die Originalverpackung an den Hersteller gesendet werden, erhält der Käufer vom Hersteller eine Zahlung von 30 EUR. A weist auf seiner Homepage ausdrücklich auf die Cashback-Aktion des Herstellers und die Teilnahmebedingungen hin.

K klickt daher auf die Schaltfläche „Jetzt kaufen“, die neben dem Namen des V angezeigt wird.

Gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen von A (denen sowohl V als auch K während der Registrierung bei A zugestimmt haben) soll der endgültige Kaufvertrag zwischen den Parteien erst zustande kommen, wenn der Verkäufer das Angebot des Käufers entweder ausdrücklich gesondert annimmt oder er die Ware versendet. Hierauf werden sowohl K als auch V in automatisch generierten E-Mails von A nach dem Klick auf „Jetzt kaufen“ nochmals hingewiesen. Nach zwei Tagen erhält K eine E-Mail mit der Bestätigung, dass V das Produkt versendet hat.

Als K das Paket auspackt, bemerkt er, dass es sich bei dem gelieferten Produkt zwar um das angebotene Objektiv handelt, aber die auf der Website aufgeführte Originalverpackung fehlt. Stattdessen hatte V das Objektiv selbst für den Transport geeignet verpackt.

K ärgert sich nun aus mehreren Gründen: Ohne Originalverpackung kann er an der Cashback-Aktion nicht teilnehmen. Da der Aktionszeitraum nur bis gestern lief und er daher keinen anderen Kaufvertrag im Aktionszeitraum abschließen kann, will er unbedingt von V die Originalverpackung haben. Dies teilt er dem V mit. Der V schreibt daraufhin dem K, dass er zu diesem Objektiv keine gesonderte Originalverpackung habe. Er werde auch keine Originalverpackung eines anderen (einzeln verpackten) Objektivs nachliefern, da das zugesandte Produkt ein neues Objektiv sei, so wie es angeboten wurde und eine Verpackung nur dem Transportschutz diene.

Wenn K das Objektiv nicht haben möchte, dürfe er es aber an V kostenfrei zurücksenden und V werde dann umgehend dem K den Kaufpreis erstatten. Darüber hinaus gebe es allerdings nichts von V, da V nichts falsch gemacht habe; insbesondere konnte er die Angaben auf der Website von A nicht ergänzen oder ändern. Falls es K darauf angekommen sei, das Produkt unbedingt in Originalverpackung zu kaufen, hätte K die Pflicht gehabt, dem V dies vor dem Versand mitzuteilen. Dann hätte V das Produkt gar nicht erst versendet.

V findet es vermessen, wenn K für einen Pappkarton, den man normalerweise ohnehin nur wegwerfen würde, nun 30 EUR haben wolle. Eine Minderung des Kaufpreises um 10 % sei angesichts des ohnehin sehr günstigen Angebots eine schlichte Frechheit.