Widerruf eines im Fernabsatz geschlossenen Kaufvertrags über einen Gebrauchtwagen

1. **Ein Kfz-Händler, der Fahrzeuge systematisch auf Internetplattformen wie „mobile.de“ und „AutoScout24“ bewirbt, nutzt ein für den Fernabsatz organisiertes Vertriebssystem i. S. von § 312c I BGB, wenn er personell und sachlich so organisiert ist, dass er elektronische und telefonische Anfragen potenzieller Kunden bearbeiten und Kaufverträge unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln schließen kann. Dem steht nicht entgegen, dass es sich bei der Mehrzahl der Kfz-Kaufverträge, die der Händler schließt, nicht um Fernabsatzverträge handelt. Ebenso ist unerheblich, dass ein unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln geschlossener Kfz-Kaufvertrag nicht elektronisch durchgeführt wird, sondern es bei der Fahrzeugübergabe zu einem persönlichen Kontakt der Vertragsparteien kommt.**

2. **Ein Gebrauchtwagen ist nicht deshalb i. S. von § 312g II Nr. 1 BGB auf die persönlichen Bedürfnisse des Käufers zugeschnitten, weil der Verkäufer das Fahrzeug aufgrund eines ihm von dem Käufer erteilten, verschiedene Kriterien umfassenden Suchauftrags von einem Dritten erworben hat.**

OLG Celle, Urteil vom 03.06.2020 – 7 U 1903/19

Sachverhalt: Die klagende Kfz-Händlerin begehrt von dem Beklagten Schadensersatz wegen der Nichtabnahme eines Gebrauchtwagens (Mercedes-Benz V 250 d).

Der Vertrag über das streitgegenständliche Fahrzeug wurde unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln geschlossen: Der Beklagte erteilte der Klägerin mit E-Mail vom 28.03.2019 unter Angabe konkreter Eckdaten einen Suchauftrag für einen Gebrauchtwagen, nachdem er zunächst wegen eines von der Klägerin auf der Internetplattform „mobile.de“ zum Kauf angebotenen (anderen) Fahrzeugs Kontakt mit der Klägerin aufgenommen hatte. Daraufhin übersandte die Klägerin dem Beklagten mit E-Mail vom 3.04.2019 ein Angebot über ein Fahrzeug, das sich seinerzeit im Besitz eines in Süddeutschland ansässigen Kfz-Händlers befand und 59.900 € kosten sollte. Der Beklagte bestellte dieses Fahrzeug schriftlich bei der Klägerin und erhielt von ihr eine entsprechende Auftragsbestätigung. Anschließend erwarb die Klägerin das in Rede stehende Fahrzeug und ließ es an ihren Geschäftssitz verbringen.

Noch bevor der Wagen dem Beklagten übergeben wurde, widerrief dieser seine auf den Abschluss des Kaufvertrags gerichtete Willenserklärung.

Die Klägerin ist der Auffassung, sie könne von dem Beklagten gestützt auf ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Klausel IV 2) mit Erfolg Schadensersatz in Höhe von zehn Prozent des vereinbarten Kaufpreises verlangen. Sie meint, der Widerruf des Beklagten sei unwirksam. Denn zum einen unterhalte sie – die Klägerin – kein für den Fernabsatz organisiertes Vertriebs- oder Dienstleistungssystem, sodass der streitgegenständliche Kaufvertrag kein Fernabsatzvertrag i. S. von § 312c I BGB sei. Zum anderen habe dem Beklagten jedenfalls gemäß § 312g II Nr. 1 BGB kein Widerrufsrecht zugestanden, weil das streitgegenständliche Fahrzeug nach den konkreten Bedürfnissen des Beklagten ausgesucht worden sei und sie – die Klägerin – es erst angekauft habe, nachdem eine verbindliche Bestellung des Beklagten vorgelegen habe.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Es hat gemeint, der Widerruf des Beklagten sei wirksam. Der streitgegenständliche Kaufvertrag sei ein Fernabsatzvertrag i. S. von § 312c I BGB, weil die Klägerin die zur regelmäßigen Bewältigung von Fernabsatzgeschäften notwendigen personellen, sachlichen und organisatorischen Voraussetzungen geschaffen habe. Zwar wickele die Klägerin über die Internetplattform „mobile.de“ nicht unmittelbar Verkäufe ab; sie nutze diese Plattformen aber, um Fahrzeuge – auch unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln – zu verkaufen. § 312g II Nr. 1 BGB sei nicht einschlägig, weil das streitgegenständliche Fahrzeug nicht auf die persönlichen Bedürfnisse des Beklagten zugeschnitten gewesen sei.

Mit ihrer dagegen gerichteten Berufung hat die Klägerin geltend gemacht, das Landgericht hätte nach einer Inaugenscheinnahme der von ihr – der Klägerin – genutzten Internetportale sowie gegebenenfalls nach Durchführung einer Beweisaufnahme das Vorliegen eines Fernabsatzvertrags mangels eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems verneinen müssen. Sie – die Klägerin – beschäftige 120 Mitarbeiter an mehreren Standorten und schalte regelmäßig bis zu 300 Inserate auf verschiedenen Onlineplattformen, nutze die Plattformen „mobile.de“ und „AutoScout24“ aber lediglich zur Werbung für Gebrauchtfahrzeuge und nicht für deren Vertrieb.

Das Rechtsmittel hatte keinen Erfolg.

Aus den Gründen: II. … Mit Recht ist das Landgericht in seinem überzeugend begründeten Urteil davon ausgegangen, dass ein Anspruch der Klägerin auf Zahlung von Schadensersatz aus §§ 280 I, 433 i. V. mit Ziffer IV.2 der klägerischen Allgemeinen Geschäftsbedingungen aufgrund des wirksam erklärten Widerrufs des Beklagten nach §§ 355, 312g, 312c BGB ausscheidet. Entgegen der Auffassung der Klägerin stehen dem form- und fristgerecht erklärten Widerruf die Ausnahmetatbestände des § 312c I Halbsatz 2 BGB und des § 312g II Nr. 1 BGB nicht entgegen, weil zum einen die Klägerin nach Überzeugung des Senats ein für den Fernabsatz organisiertes Vertriebssystem unterhält und zum anderen keine Warenlieferung nach Kundenspezifikation gemäß § 312g II Nr. 1 BGB vorliegt.

1. Das Vorliegen eines Fernabsatzsystems i. S. des § 312c I Halbsatz 2 BGB ergibt sich zur Überzeugung des Senats bereits nach dem klägerischen Parteivortrag.

a) Der Begriff des für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems ist weder im deutschen Gesetz noch in der zugrunde liegenden Richtlinie 97/7/EG[1]Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20.05.1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz, Abl. 1997 L 144, 19 definiert. Entscheidend ist jedoch, dass an die Annahme eines solchen Vertriebs- oder Dienstleistungssystems insgesamt keine hohen Anforderungen zu stellen sind (vgl. Begr. zum RegE eines Gesetzes zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung, BT-Drs. 17/12637, S. 50). Der deutsche Gesetzgeber ist vielmehr davon ausgegangen, dass die Existenz eines organisierten Vertriebssystems lediglich verlangt, dass der Unternehmer mit – nicht notwendig aufwendiger – personeller und sachlicher Ausstattung innerhalb seines Betriebs die organisatorischen Voraussetzungen geschaffen hat, die notwendig sind, um regelmäßig im Fernabsatz zu tätigende Geschäfte zu bewältigen (vgl. nur BGH, Urt. v. 07.07.2016 – I ZR 30/15, NJW 2017, 1024 Rn. 51). Damit sind grundsätzlich nur Geschäfte, die unter gelegentlichem, eher zufälligem Einsatz von Fernkommunikationsmitteln geschlossen werden, von dem Anwendungsbereich ausgenommen (vgl. Begr. zum RegE eines Gesetzes über Fernabsatzverträge und andere Fragen des Verbraucherrechts sowie zur Umstellung von Vorschriften auf Euro, BT-Drs. 14/2658, S. 30). Hierunter fallen – um den Betreiber eines stationären Ladenlokals, der seine Leistungen ausschließlich vor Ort erbringt, nicht davon abzuhalten, im Einzelfall auch eine telefonische Bestellung entgegenzunehmen – etwa die ausnahmsweise Entgegennahme einer telefonischen Bestellung und anschließende Versendung der Ware per Post (vgl. BGH, Urt. v. 07.07.2016 – I ZR 30/15, NJW 2017, 1024 Rn. 51 m. w. Nachw.).

Hiernach ist bei Nutzung einer Plattform bzw. eines „Onlinemarktplatzes“ zur Gewinnung von Kaufinteressenten regelmäßig davon auszugehen, dass ein Fernabsatzbetriebssystem vorliegt. Denn die vorgenannten Portale sind grundsätzlich nicht auf eine persönliche, sondern auf eine elektronische oder telefonische Kontaktaufnahme angelegt (so BGH, Urt. v. 07.07.2016 – I ZR 30/15, NJW 2017, 1024 Rn. 52; Urt. v. 12.01.2017 – I ZR 198/15, WM 2017, 1120; jeweils zu „ImmobilienScout24“).

b) Diese Grundsätze sind entgegen der Auffassung der Klägerin auch auf die Nutzung von Fahrzeugvermittlungsportalen im Internet zu übertragen. Im Gegensatz zu Webseiten, die lediglich allgemeine Informationen über den Unternehmer, seine Produkte und seine Kontaktdaten enthalten und somit kein Fernabsatzsystem darstellen (vgl. BT-Drs. 17/12637, S. 50), bewerben Fahrzeugvermittlungsportale im Internet konkrete Fahrzeuge unter Angabe von technischen Parametern und Ausstattungsmerkmalen, sodass ein Verbraucher in die Lage versetzt wird, gezielt verschiedene Angebote zu vergleichen und auch ohne Besichtigung eine Kaufentscheidung zu treffen sowie telefonisch, per E-Mail oder Telefax Kontakt zum Verkäufer aufzunehmen oder sogar Vertragsverhandlungen zu führen (vgl. auch LG Dessau-Roßlau, Urt. v. 17.03.2017 – 2 O 522/16; juris Rn. 15 ff. m. w. Nachw.).

Hierbei kommt es nicht darauf an, dass aus Sicht der Klägerin die – seitens des erstinstanzlichen Gerichts zutreffend als systematisch bezeichnete – Nutzung der Fahrzeugvermittlungsportale nur zu Werbezwecken erfolgte bzw. erfolgen sollte. Insoweit drängt sich zwar in lebensnaher Betrachtung auf, dass – anders als etwa in Fällen der Nutzung von Immobilienplattformen zur Werbung für Maklerleistungen – ein Vertragsschluss im Gebrauchtwagenhandel typischerweise nicht unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln, sondern nach Besichtigung und Probefahrt bei dem Händler vor Ort zustande kommt. Die Tatsache, dass sich nach den klägerischen Ausführungen die Käufer lediglich in weniger als 1 % der Gesamtverkäufe nicht in eines der von der Klägerin betriebenen Autohäuser begeben, ist jedoch nicht primär auf die Organisation der Klägerin zurückzuführen. Wenngleich potenziellen Kunden keine Möglichkeit zum direkten Vertragsschluss über die verwendeten Fahrzeugvermittlungsplattformen, etwa in Form einer „Sofortkauf"-Funktion, eröffnet wird, besteht aus jedem konkreten Fahrzeugangebot heraus doch die Option der unmittelbaren Kontaktaufnahme mit der Klägerin per Mail oder auf telefonischem Wege. Auf eine Verarbeitung der auf diesem Wege eingehenden Anfragen ist die Organisation der Klägerin sowohl in personeller als auch sachlicher Hinsicht ausgerichtet. Dies zeigt sich zum einen in dem hier zu entscheidenden Fall, welcher innerhalb kürzester Zeit und unter Verwendung vorgefertigter Bestellformulare durch die Klägerin bearbeitet werden konnte. Zum anderen verweist die Klägerin in ihrem eigenen Vortrag auf die Tatsache, dass sie „ein paar Mal im Jahr" zumeist an Geschäftskunden Fahrzeuge unter ausschließlicher Verwendung von Telekommunikationsmitteln veräußere. Da im Rahmen eines möglichst effektiven Verbraucherschutzes dem Unternehmer nicht die Möglichkeit gegeben werden darf, sich der Anwendung der fernabsatzrechtlichen Regelungen durch ein enges Verständnis des Begriffs des Fernabsatzsystems zu entziehen (vgl. Staudinger/*Thüsing,* BGB, Neubearb. 2019, § 312c Rn. 49 m. w. Nachw.; Erman/*Koch,* BGB, 15. Aufl., § 312c Rn. 8), kann es jedoch nicht auf die Quantität der auf diesem Wege abgewickelten Verkäufe, sondern ausschließlich auf die Schaffung der technischen und personellen Möglichkeiten durch die Klägerin ankommen, welche nach ihrem eigenen Vortrag anzunehmen sind und in gewisser Regelmäßigkeit zu Vertragsschlüssen im Fernabsatz führen.

c) Entgegen der Auffassung der Klägerin steht es der Annahme eines Fernabsatzvertriebssystems steht auch nicht entgegen, dass es bei der Abwicklung des Geschäfts, mithin der Übergabe des Autos, zu einem persönlichen Kontakt der Parteien kommen sollte. Es entspricht den Grundsätzen höchstrichterlicher Rechtsprechung, dass ein Verbraucher, der ohne persönlichen Kontakt zum Dienstleister eine Leistungsverpflichtung eingeht, nicht deswegen weniger schutzbedürftig ist, weil im Anschluss an den Vertragsschluss ein persönlicher Kontakt bei der Ausführung der Dienstleistung oder der Übergabe der Ware erfolgt (vgl. BGH, Urt. v. 07.07.2016 – I ZR 30/15, NJW 2017, 1024 Rn. 54 m. w. Nachw.). So verpflichtet sich bei der Bestellung einer Sache im Wege des Fernabsatzes der Käufer zunächst zum Kauf und erhält erst beim Erhalt der Ware die Möglichkeit, diese zu prüfen. Der Zweck der Richtlinie 97/7/EG und ihrer Umsetzung in deutsches Recht ist es aber, die Wahlfreiheit des Verbrauchers zu schützen, der ohne die Möglichkeit, die Ware zu prüfen, eine vertragliche Verpflichtung zur Bezahlung der Ware eingegangen ist (vgl. BT-Drs. 14/2658, S. 30). Diese Wahlfreiheit des Verbrauchers besteht jedoch nur zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses, weshalb ein wirksamer Schutz des Verbrauchers vor einer in der räumlichen Distanz zur angebotenen Ware begründeten Fehlentscheidung nicht durch eine persönliche Kontaktaufnahme nach Vertragsschluss, auch wenn diese von Anfang geplant und gewünscht war, erreicht werden kann. Eine hiervon abweichende Betrachtungsweise liefe dem Schutzzweck des Fernabsatzrechts zuwider (vgl. BGH, Urt. v. 07.07.2016 – I ZR 30/15, NJW 2017, 1024 Rn. 54 m. w. Nachw.; Staudinger/*Thüsing,* a. a. O., Rn. 38 ff.).

2. In zutreffender Weise ist das Landgericht davon ausgegangen, dass ein Widerrufsrecht des Beklagten auch nicht gemäß § 312g II Nr. 1 BGB ausscheidet.

a) Nach der vorgenannten – als Ausnahmevorschrift grundsätzlich eng auszulegenden (vgl. Staudinger/*Thüsing,* a. a. O., § 312g Rn. 10 m. w. Nachw.) – Norm ist ein Widerrufsrecht bei Verträgen zur Lieferung von Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind, ausgeschlossen. Hierbei sind die beiden Alternativen nur schwierig voneinander abzugrenzen und weisen eine erhebliche Schnittmenge auf (vgl. nur BeckOGK/*Busch,* Stand: 01.01.2020, § 312g Rn. 15). Während eine Anfertigung der Ware nach Kundenspezifikation voraussetzt, dass die Ware nach Vorgaben des Verbrauchers angefertigt wird, ist der Begriff der eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnittenen Waren weiter und umfasst auch vorgefertigte Waren, die erst nach der Bestellung durch den Verbraucher, etwa durch Namensgravur, individualisiert werden (vgl. BeckOGK/*Busch,* a. a. O., Rn. 16 m. w. Nachw.). In den vorgenannten Fällen sind die nach Angaben des Verbrauchers individualisierten Gegenstände für den Unternehmer im Falle ihrer Rücknahme wirtschaftlich wertlos, weil er sie wegen ihrer vom Verbraucher veranlassten besonderen Gestalt anderweitig nicht mehr oder allenfalls noch unter erhöhten Schwierigkeiten und mit erheblichem Preisnachlass absetzen kann (vgl. MünchKomm-BGB/*Wendehorst,* 8. Aufl. § 312g Rn. 15 m. w. Nachw.). Dagegen ist § 312g II Nr. 1 BGB nicht anwendbar auf bloß selten nachgefragte, aber nicht weiter bearbeitete Serienartikel, auch wenn der Unternehmer vergleichbare Schwierigkeiten haben sollte, die von einem Lieferanten oder Hersteller bezogene Ware nach Widerruf des Verbrauchers weiterzuveräußern. Dies gilt auch, wenn der Verbraucher Waren einfach nur zusammenstellt, indem er diese aus den vom Unternehmer angebotenen (vorgegebenen) Standardoptionen, etwa zur Farbe oder der Zusatzausstattung eines Pkw, auswählt. Hierbei ist es unerheblich, ob der Unternehmer die Sache selbst anfertigt, auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zuschneidet oder ob er die Wünsche des Verbrauchers seinerseits an einen Lieferanten bzw. Hersteller weitergibt (vgl. MünchKomm-BGB/*Wendehorst,* a. a. O., § 312g Rn. 16 f. m. w. Nachw.).

b) Demnach sind bei der gebotenen engen Auslegung der Vorschrift die Voraussetzungen des § 312g II Nr. 1 BGB nicht erfüllt. Insoweit stellt der auf den konkreten Kundenwunsch des Beklagten bei einem Dritthändler beschaffte Gebrauchtwagen zwar eine grundsätzlich den persönlichen Bedürfnissen des Beklagten entsprechende Sache dar; das streitgegenständliche Fahrzeug ist und bleibt aber zugleich ein aus vom Unternehmer vorgegebenen Standardoptionen zusammengestellter „Serienartikel“. Dass – anders als in den vorgenannten Fällen einer individuellen Anfertigung oder Anpassung nach Kundenwunsch – auch kein Fall einer wirtschaftlichen Wertlosigkeit vorliegt, zeigt sich vorliegend eindrucksvoll an der Tatsache, dass die Klägerin nach ihrem eigenen Vortrag das streitgegenständliche Fahrzeug, mit einer zusätzlichen Sitzbank versehen, bereits sechs Wochen nach dem Widerruf des Beklagten zu einem Kaufpreis von 60.000 € weiterverkaufen konnte. …

Probleme beim Autokauf?

Als spezialisierter Rechtsanwalt helfe ich Ihnen gerne weiter – ganz gleich, ob Sie Käufer oder Verkäufer sind. Interessiert? Nutzen Sie das Kontaktformular auf https://autokaufrecht.info/sofortberatung/ oder rufen Sie mich unverbindlich an

(0 23 27) 8 32 59-99.