

Jens-Uwe Künzel, Verbraucherschutz und Verbraucherrechte im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön am Beispiel des Internetshops „Marktplatz Rhön“ der Regionalen Arbeitsgemeinschaft Rhön

Verbraucherschutz und Verbraucherrechte im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön am Beispiel des Internetshops „Marktplatz Rhön“ der Regionalen Arbeitsgemeinschaft Rhön

Jens-Uwe Künzel

Die UNESCO-Biosphärenreservate sollen Modellregionen für nachhaltige Entwicklung sein. Nachhaltige Entwicklung umfasst ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz stehen in einem engen Verhältnis zueinander. So kann Verbraucherschutz als Mittel zur Schaffung von Nachhaltigkeit in vielen Bereichen der Gesellschaft betrachtet werden. Dabei kommt insbesondere den Verbraucherrechten und deren tatsächlicher Durchsetzung eine elementare Funktion für den Verbraucherschutz zu.

Im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön wurde seit dessen Einrichtung im Jahre 1991 eine Vielzahl an beispielhaften Projekten der nachhaltigen Regionalentwicklung angestoßen und durchgeführt, so etwa in Hessen die Qualifizierungsinitiative „Frauen im Landtourismus“. Im Rahmen dieses Projekts sollte vor allem Frauen aus dem landwirtschaftlichen Bereich die Möglichkeit eröffnet werden, durch den Erwerb entsprechender Zusatzqualifikationen Zusatzeinkommen etwa im Hoftourismus oder der Direktvermarktung zu generieren. Aus diesem Projekt ist der Verein Rhöner Durchblick hervorgegangen. Einige dieser beispielhaften Projekte wurden nicht nur bis in die Gegenwart fortgeführt, sondern auch entsprechend weiterentwickelt. Dies trifft zum Beispiel auf das Partnerbetriebssystem des Vereins Natur- und Lebensraum Rhön (VNLR) zu, das als Ausgangspunkt für die Entwicklung der Dachmarke Rhön gesehen werden kann.

Die Dachmarke Rhön ist heute ein Projekt in der Trägerschaft der im Jahre 2000 gegründeten Regionalen Arbeitsgemeinschaft Rhön (ARGE Rhön). In der ARGE Rhön, welche sich im Wesentlichen mit Regionalmarketing beschäftigt, haben sich die Landkreise Bad Kissingen, Fulda, Rhön-Grabfeld, Schmalkalden-Meiningen und Wartburgkreis zusammengeschlossen. Der Landkreis Hersfeld-Rotenburg erstreckt sich nur über einen relativ geringen Flächenanteil des Biosphärenreservats und ist nicht an der ARGE Rhön beteiligt. Die ARGE Rhön stellt heute einen der Hauptakteure im Politikfeld UNESCO-Biosphärenreservat Rhön dar. Der Prozess der Etablierung der ARGE Rhön bedeutet neben der unmittelbaren Zuständigkeit des Landkreises Fulda für die Verwaltung des hessischen Teils des Biosphärenreservats seit Dezember 2006 – im Unterschied zur sonstigen Landeszuständigkeit – eine weitere Kommunalisierung dieses Politikfeldes. Zur Weiterentwicklung der Dachmarke Rhön wurde im Sommer 2008 der Verein Dachmarke Rhön gegründet. Die Dachmarke Rhön GmbH, welche sich im Februar 2009 noch in Gründung befunden hat, ist eine Tochtergesellschaft des Vereins Dachmarke Rhön.

Das Management der Dachmarke Rhön im Auftrag der ARGE Rhön oblag in den vergangenen Jahren hauptsächlich dem VNLR. So war der erste Dachmarkenmanager beim VNLR angesiedelt. In der zweiten Hälfte des Jahres 2008 wurde schließlich auch der Verein Naturpark und Biosphärenreservat Bayerische Rhön (NBR) mit dem Management der Dachmarke betraut. Länderspezifische Fragen zur Dachmarke Rhön können ohnehin auch an die drei Trägervereine des Biosphärenreser-

vats, den bayerischen NBR, den hessischen VNLR sowie das thüringische Rhönforum, gerichtet werden. Die zuerst auf der Wasserkuppe und dann kurz in Oberelsbach ansässig gewesene Dachmarkenkoordinatorin hat ihre Tätigkeit allerdings im Herbst 2008 beendet. Die Ausschreibung der Stelle eines Geschäftsführers oder einer Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön GmbH, die Ende Februar 2009 ausgelaufen ist, hat laut Presseberichten ca. 80 Bewerbungen erbracht.

Die oben skizzierte Vielfalt in den Organisationsstrukturen mit einer diffusen Verteilung der Zuständigkeiten im Bereich Verwaltung und Management der Dachmarke Rhön kann auf dem langen Weg der Erarbeitung eines marktgerechten, wirtschaftlich dauerhaft tragfähigen und den Anforderungen der Nachhaltigkeit annähernd entsprechenden Konzepts für die Umsetzung des Projekts Dachmarke Rhön ein deutliches Hindernis darstellen.

Im Sommer 2007 konnte als wichtiges Teilprojekt der Dachmarke Rhön der Internetshop „Marktplatz Rhön“ eröffnet werden (www.marktplatzrhoen.de). In diesem Internetshop „bieten viele Betriebe aus der Rhön ihre Waren und Dienstleistungen an“. Die Betriebe „sind Partner des ‚Biosphärenreservats Rhön‘ und haben sich verpflichtet, nach hohen Qualitätsstandards naturverträglich zu produzieren“. Im Angebot sollen sich „nur Rhöner Produkte von kontrollierter Qualität“ finden (www.marktplatzrhoen.de/ueberuns.html, Zugriff: 18.03.2009).

Die Einrichtung, Eröffnung und der Betrieb eines Internetshops ist heute technisch einfach möglich. Dabei sollte jedoch unbedingt beachtet werden, dass das Internet, bei allen sich bietenden neuartigen Nutzungsmöglichkeiten und – bedingten – Freiheiten, keinen rechtsfreien Raum darstellt. Insbesondere der gewerbliche Verkauf über das Internet ist, spätestens seit der Schuldrechtsreform aus den Jahren 2001 und 2002 mit der Umsetzung dreier Richtlinien der Europäischen Union, strengen rechtlichen Regelungen unterworfen. Die entsprechenden Bestimmungen, etwa zum Fernabsatz und zur Gewährleistung, finden sich vor allem in Passagen des Bürgerlichen Gesetzbuchs sowie in der Informationspflichtenverordnung und auch in der Verpackungsverordnung.

Das Recht und die Rechtsprechung zu Fernabsatz und Gewährleistung sind heute durchgehend sehr verbraucherfreundlich, was vor allem den privaten Verbrauchern zugutekommt. So sind rechtswidrige Bestimmungen, etwa in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, häufig einfach unwirksam. Vielmehr gilt die entsprechende rechtliche Regelung. Unklare Passagen, wiederum etwa in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, werden in aller Regel zugunsten der Verbraucher ausgelegt. Zusätzlich wachen die organisierten Mitbewerber genau über das Geschehen auf den virtuellen Märkten. Bereits leichte Fälle unlauteren Wettbewerbs können ohne weiteres eine mit erheblichen Kosten und der Aufforderung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung versehene Abmahnung zur Folge haben.

In dem Internetshop „Marktplatz Rhön“ (www.marktplatzrhoen.de) bieten „Rhöner Partnerbetriebe“ Waren und Dienstleistungen zum Kauf an. Über den Button „AGB“ gelangt man zu den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Rhöner Partnerbetriebe“ vom 20.09.2006 (www.marktplatzrhoen.de/agb.html, Zugriff: 18.03.2009).

Bei einer Durchsicht der AGB des „Marktplatz Rhön“ fällt auf, dass die AGB zu einem erheblichen Teil kaum den heute üblichen Standards für AGB im Internethandel entsprechen dürften.

Auf dem „Marktplatz Rhön“ kommt, laut dessen AGB, ein Kaufvertrag, mit ausdrücklicher Ausnahme des Bereichs der „touristischen Leistungen“, offensichtlich bereits mit der Bestellung, also der

Betätigung des entsprechenden Buttons, dem „Klick“, zustande. Die Regelung in der vorliegenden Form ist für Unternehmer wie Verbraucher, Verkäufer wie Käufer problematisch. So kann es für beide Seiten von Vorteil sein, wenn AGB darauf lauten, dass ein Kaufvertrag erst mit der ausdrücklichen Auftragsbestätigung durch den Unternehmer oder bei Zustellung der Ware in Ausführung der Bestellung zustande kommt. Eine Folge der genannten Bestimmung in den Marktplatz-AGB kann sein, dass sich die Frist zur Ausübung des dem Verbraucher bei Fernabsatzverträgen in der Regel zustehenden Widerrufsrechts von zwei auf vier Wochen verlängert, wodurch das Gesetz Nachteile für den Verbraucher auszugleichen sucht.

Laut der Marktplatz-AGB können über den „Marktplatz Rhön“ geschlossene Kaufverträge innerhalb von vierundzwanzig Stunden widerrufen werden. Diese im Grunde verbraucherfreundliche Bestimmung kann jedoch beim Verbraucher den Eindruck erwecken, dass das einem Verbraucher im Fernabsatz in der Regel zustehende Widerrufsrecht hier eine Einschränkung erfährt. Dem könnte mit einem ausdrücklichen Hinweis in den AGB vorgebeugt werden.

Die in den Marktplatz-AGB festgelegte Versandkostenpauschale bewegt sich bereits eher am oberen Rand des Üblichen. Da auf dem „Marktplatz Rhön“ Kaufverträge mit mehreren Lieferanten geschlossen werden können, kann auch die Pauschale mehrfach anfallen, was aus Verbrauchersicht wahrscheinlich bereits ein K.o.-Kriterium darstellt. Eine gemeinsame Logistik sollte selbstverständlicher Standard sein. Zudem könnte der Fall eintreten, dass eine Bestellung bei einem Lieferanten mehrere Lieferungen nach sich zieht. Dann müsste nach derzeitigem Stand auch die Pauschale in voller Höhe für jede Lieferung beglichen werden. Spätestens hier kann von einer Versandkostenpauschale nicht mehr die Rede sein. Die für den „Marktplatz Rhön“ getroffenen Regelungen zu den Versandkosten sind deshalb als verbraucherunfreundlich und nicht marktgerecht anzusehen.

Die Marktplatz-AGB bestimmen einen Vorbehalt für Preisänderungen und Irrtum in Wort und Bild. Diese Regelung ist problematisch, da die Angebote in einem Internetshop wie dem „Marktplatz Rhön“ nur in elektronischer Form vorliegen. Der Unternehmer kann sein Angebot so jederzeit und auch nach Abschluss eines Kaufvertrags verändern, ohne dass der Verbraucher oder schon Käufer ohne weiteres gesicherte Kenntnis darüber erlangen könnte.

In den Marktplatz-AGB wird angeführt, dass Lebensmittel vom Umtausch ausgeschlossen sind. Da ein Umtausch auf freiwilliger Basis erfolgt und in den AGB auch nicht weiter erwähnt wird, ist an dieser Stelle offensichtlich die Rückgabe im Rahmen des Widerrufs- oder Rückgaberechts bei Fernabsatzverträgen gemeint. Bei Waren, die aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind, schnell verderben können oder deren Verfallsdatum überschritten würde, besteht dieses Recht nicht. Die hier vorliegende Ungenauigkeit ist typisch für die AGB des „Marktplatz Rhön“ im Ganzen. Die Bestimmungen und Formulierungen der Marktplatz-AGB sollten dringend überarbeitet und präzisiert werden, da im Streitfall der genaue Wortlaut maßgeblich ist. Unklarheiten werden dabei, wie bereits erwähnt, in aller Regel zugunsten der Verbraucher ausgelegt.

Eine weitere Vorschrift der Marktplatz-AGB geht dahin, dass eine Reklamation über fehlerhafte Ware innerhalb von zwei Tagen erfolgen muss. Ansonsten habe der Käufer ein vierzehntägiges Rückgaberecht. Die Bestimmung über die Reklamation darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Gesetz für den Regelfall eine Verjährungsfrist von zwei Jahren für Ansprüche aus Gewährleistung angibt. Überdies gilt teilweise eine Beweislastumkehr zu Lasten des Verkäufers in Form der Vermutung, dass ein in den ersten sechs Monaten nach Übergabe auftretender Mangel bereits zum Zeit-

punkt der Übergabe vorgelegen hat. Das dem Verbraucher in den Marktplatz-AGB zugestandene Rückgaberecht tritt hier, was zulässig sein kann, an die Stelle des einem Verbraucher in der Regel zustehenden Widerrufsrechts bei Fernabsatzverträgen. Die Frist zur Ausübung des Widerrufs oder der Rückgabe beträgt dabei je nach Fall zwei Wochen oder einen Monat ab Erhalt der Ware und Unterrichtung über die Informationspflichten nach der Informationspflichtenverordnung durch den Verkäufer. AGB die, wie im vorliegenden Fall, als Frist anstatt zwei Wochen vierzehn Tage nennen, verstoßen genau genommen gegen die gesetzliche Regelung, was bedeuten kann, dass die entsprechende Bestimmung in den betroffenen AGB unwirksam ist. In diesem Fall läuft die Frist unbegrenzt.

Die Marktplatz-AGB fahren fort, indem bestimmt wird, dass nur solche Ware zurückgenommen wird, die im Originalkarton beim Lieferanten ankommt. Die genannte Passage dürfte nicht haltbar sein. Ein Verbraucher, der von dem ihm im Fernabsatz in der Regel zustehenden Recht auf Widerruf oder gegebenenfalls alternativ auch auf uneingeschränkte Rückgabe fristgerecht Gebrauch macht, darf sich zur Rücksendung der Sache grundsätzlich jeder geeigneten Versandverpackung bedienen. Die Rücksendung muss auch nicht beim Verkäufer ankommen. Der Verbraucher muss lediglich hinreichend belegen können, dass er die Sache einem Spediteur übergeben hat. Die Gefahr der Rücksendung liegt hier beim gewerblichen Verkäufer.

Abschließend regeln die Marktplatz-AGB, dass Rücksendungen ohne vorherige Absprache nicht angenommen werden. Diese Bestimmung dürfte ebenfalls nicht haltbar sein. Das dem Verbraucher bei einem Fernabsatzvertrag in der Regel zustehende Widerrufsrecht kann bei Vertragsabschluss durch ein uneingeschränktes Rückgaberecht ersetzt werden, was in den Marktplatz-AGB wahrscheinlich zum Teil der Fall ist. Das Rückgaberecht kann innerhalb der Widerrufsfrist und, mit einer Ausnahme, eben nur durch Rücksendung der Sache ausgeübt werden. Genau darin besteht der Unterschied zum herkömmlichen Widerrufsrecht. Die Ausnahme greift allein dann, wenn die Sache für den Paketversand nicht geeignet ist, weswegen in einem solchen Fall ein Rücknahmeverlangen zulässig ist.

Insgesamt hinterlässt die Lektüre der AGB des „Marktplatz Rhön“ beim bereits informierten Verbraucher einen verwirrenden Eindruck. Einem Vergleich mit anderen entsprechenden AGB aus dem Bereich des Internethandels können die Marktplatz-AGB nicht standhalten. Den Partnerbetrieben ist dringend anzuraten, ihre AGB für den „Marktplatz Rhön“ von einem erfahrenen Fachanwalt prüfen zu lassen. Die Rechtslage ist zum Teil sehr kompliziert und überdies ständigen Veränderungen unterworfen. Die hier vorliegende Betrachtung erfolgt aus verbraucherpolitischer Sicht und stellt keine Rechtsbetrachtung im eigentlichen Sinn dar.

Es ist kaum verständlich, dass der Internetshop „Marktplatz Rhön“ als unbestritten wichtiges und grundsätzlich mit einem hohen Entwicklungspotenzial versehenes Teilprojekt der Dachmarke Rhön bisher offensichtlich so wenig professionell umgesetzt worden ist. Hinzu kommt, dass auf dem „Marktplatz Rhön“, der immerhin von der Europäischen Union kofinanziert wurde, auch den Rechten der Verbraucher nach herkömmlichem Ermessen zumindest formell noch nicht der Stellenwert eingeräumt wird, den diese haben sollten.

Internetquelle

www.marktplatzrhoen.de, Zugriff: 18.03.2009