

Unternehmereigenschaft im Online-Geschäft

Wo genau die Grenze zwischen privatem und gewerblichem Handeln verläuft, ist nicht geregelt. Dieses Merkblatt soll eine allgemeine Hilfestellung zur Beurteilung geben, indem es die Kriterien, die bei der Einordnung eine Rolle spielen, darstellt.

I. Begriff

Nach § 14 des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) ist Unternehmer jede natürliche oder juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit handelt. Vergleichbares gilt auch für das Kriterium der „Geschäftsmäßigkeit“ nach dem Telemediengesetz (TMG), so dass die nachfolgenden Ausführungen auf beide Bereiche angewendet werden können.

Entscheidend ist demnach die gewerbliche Tätigkeit. Gewerbliches Handeln liegt vor bei einer planmäßigen, auf gewisse Dauer angelegten selbstständigen Tätigkeit. Eine Gewinnerzielungsabsicht muss nicht vorliegen. Durch diese abstrakte Definition können die in der Praxis auftretenden Probleme nicht immer eindeutig gelöst werden. Letztlich kommt es immer auf die Beurteilung im Einzelfall an. Keine Schwierigkeiten bereitet die Gewerbstätigkeit von in das Handelsregister eingetragenen Kaufleuten und Unternehmen, da durch die Eintragung die Gewerbeeigenschaft bestätigt wird.

Eine planmäßige und dauerhafte Tätigkeit wird dann angenommen, wenn der Anbieter über einen gewissen Zeitraum hin am Markt tätig und dazu ein gewisser organisatorischer Mindestaufwand notwendig ist. Nicht erforderlich ist hingegen, dass die Organisation des Vertriebs unter kaufmännischen Gesichtspunkten erfolgt. Die Unternehmereigenschaft liegt beispielsweise dann vor, wenn gezielt Gegenstände zum Weiterverkauf erworben werden. Dagegen ist jemand, der seine Wohnung entrümpelt, nicht als gewerblich einzustufen. Die Anzahl der Verkäufe kann eine wichtige Rolle spielen, ist aber für sich genommen kein ausschlaggebendes Abgrenzungskriterium. Bietet eine Privatperson ein mehrteiliges Porzellan-Service in Einzelstücken an, wird sie dadurch nicht zum Unternehmer. Wird aber eine hohe Zahl von Auktionen innerhalb eines Monats getätigt und erfolgt eine Tätigkeit in einem solchen Umfang über mehrere Monate, kann das ein Indiz für eine Gewerbsmäßigkeit sein. Bei der Frage, ab welchem Umfang der Geschäftstätigkeit eine Unternehmereigenschaft anzunehmen ist, gehen die Auffassungen der Gerichte auseinander. Eine starre Grenze gibt es hierfür nicht, genauso wenig für die Beurteilung, wann von „Dauerhaftigkeit“ zu sprechen ist. Weitere Indizien können der über die Plattform erzielte Umsatz (insbesondere ein „Powerseller“-Status), die Eröffnung eines Onlineshops oder die Art der verkauften Ware sein.

Auch wer unternehmerisch im Onlinehandel tätig ist, kann daneben als Privatperson an Auktionen teilnehmen. Dann muss sich aber aus den Umständen deutlich ergeben, dass die Auktion nicht der gewerblichen Tätigkeit zuzurechnen ist.

II. Folgen

Aus der Eigenschaft als Unternehmer beziehungsweise aus einem „geschäftsmäßigen“ Auftritt können eine Reihe von Pflichten erfolgen, die der Verkäufer zu beachten hat. Dazu gehören unter anderem:

- Gewerbeanmeldung,
- Steuerpflicht,
- Anbieterkennzeichnung („Impressum“),
- Fernabsatzrecht (Informationspflichten, Widerrufs-/Rückgaberecht),
- Verbrauchsgüterkaufrecht bei Kaufverträgen mit Verbrauchern,
- Preisangabenpflicht.

III. Kennzeichnungspflicht?

Eine ausdrücklich gesetzlich normierte Kennzeichnungspflicht gibt es nicht. Allerdings ergibt sich eine solche Pflicht zur Kennzeichnung aus den zwingenden Informationspflichten im Fernabsatz beziehungsweise elektronischen Geschäftsverkehr. Darüber hinaus kann sich eine Pflicht zur Offenlegung der gewerblichen Betätigung im Vorfeld des Vertragsschlusses auch aus dem wettbewerbsrechtlichen Irreführungsverbot des § 5 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) ergeben. Dem liegt der Gedanke zugrunde, dass der Verbraucher mit Privatangeboten günstigere Preise verbindet. Denn ein Verbraucher kalkuliert nicht immer nach marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten, vielmehr wird die Motivation seines Verkaufs oftmals darin liegen, nicht mehr benötigte Dinge „zu Geld zu machen“. Den Händler trifft dann ein Irreführungsvorwurf, wenn er sein Angebot nicht als Händlerangebot kennzeichnet und daher falsche Preisvorstellungen beim Käufer weckt. Das Oberlandesgericht (OLG) Oldenburg (Beschluss vom 2. Januar 2003, Az.: 1 W 6/03) hat dieser Argumentation zwar für Internetauktionen eine Absage erteilt, weil im Falle einer Auktion der Preis durch den Käufer bestimmt werden würde und eine Fehlvorstellung über den kalkulierten Preis daher ausscheidet; jedoch gilt dies nicht für die „Sofort-Kauf-Option“, bei der ein Preis vom Anbieter vorgegeben wird. Eine letztinstanzliche Entscheidung zu dieser Frage liegt noch nicht vor.

IV. Beweislast

Grundsätzlich muss der Käufer/Verbraucher beweisen, dass der Verkäufer Unternehmer ist. Dies ist dann unproblematisch, wenn dieser unter einer Firma auftritt, einen Internetshop betreibt oder sein Angebot als gewerblich kennzeichnet. In anderen Fällen muss die Unternehmereigenschaft im Einzelfall unter Heranziehung von Indizien beurteilt werden. Anhaltspunkte können die gleichzeitige Durchführung einer Vielzahl von Auktionen, das über die Auktionsplattform erzielte Handelsvolumen, die Eigenschaft als „Powerseller“ oder auch der Art der verkauften Ware sein.

Die genannten Indizien sind jeweils im Einzelfall abzuwägen. Eine pauschale Betrachtungsweise ist nicht möglich, weil das Vorliegen einzelner Kriterien auf unterschiedlichen Gründen beruhen kann.

Weitere Informationen zum elektronischen Geschäftsverkehr finden Sie in unserem Merkblatt „Recht des E-Commerce“ unter www.ihk-koeln.de.

Hinweis: Dieses Merkblatt soll - als Service Ihrer IHK Köln - nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Stand: Juli 2010

Sind Sie ein Mitgliedsunternehmen der IHK Köln oder planen Sie in der Region Köln die Gründung eines Unternehmens, steht Ihnen mit weiteren Informationen zur Verfügung:

Ihre Ansprechpartnerinnen:

Susanne Wollenweber

Tel. 0221 1640-310

Fax 0221 1640-319

E-Mail: susanne.wollenweber@koeln.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Köln

Unter Sachsenhausen 10-26

50667 Köln

www.ihk-koeln.de

Jutta Hohl

Tel. 0221 1640-311

Fax 0221 1640-319

E-Mail: jutta.hohl@koeln.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Köln

Unter Sachsenhausen 10-26

50667 Köln

www.ihk-koeln.de