

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND ENTSCHEIDUNGEN FÜR DIE REISEBRANCHE

Newsletter

Inhalt

- | | |
|---|---------|
| 1. Immer wieder: Haftung des Veranstalters für Zusatzleistungen am Urlaubsort | Seite 1 |
| 2. LG Düsseldorf: Urteil zum Einsatz von Like-Button und Social Plugins | Seite 2 |
| 3. Mein Link, Deine Aussage: Haftung für Links | Seite 3 |
| 4. Bewertungsportale: weitere Pflichten des Portalbetreibers | Seite 4 |
| Hinweise und Impressum | Seite 5 |

1. Immer wieder: Haftung des Veranstalters für Zusatzleistungen am Urlaubsort

Die Haftung des Reiseveranstalters für am Urlaubsort durch den Reisenden zusätzlich gebuchte Leistungen, die häufig nicht in eigener Verantwortung des Veranstalters erbracht werden, beschäftigt die Gerichte immer wieder. Zuletzt hat der Bundesgerichtshof am 12. Januar 2016 (BGH, Urteil 12. Januar 2016, Az.: X ZR 4/15) die Gelegenheit gehabt, sich mit den hier wesentlichen Fragen zu befassen.

Was ist passiert:

Die Urlauber buchten bei der Beklagten eine Pauschalreise nach Bulgarien. Am Urlaubsort erhielten sie vom Reiseveranstalter eine Begrüßungsmappe mit einem Blatt auf dem unter dem Logo des Reiseveranstalters und der Überschrift „Ihr Ausflugsprogramm“ verschiedene Veranstaltungen, unter anderem eine „Berg und Tal: Geländewagen-Tour“ angeboten wurden. Weiter wurden die Reisenden im Text darauf hingewiesen, dass der Reiseveranstalter nur Vermittler für die von der örtlichen Ausflugstour organisierten Ausflüge sei und die Ausflüge per SMS oder E-Mail reserviert werden könnten. Ebenfalls fand sich im Prospekt eine fett gedruckte Aufforderung „reservieren Sie bei Ihrer [Name

des Reiseveranstalters]-Reiseleitung!“. Es kam wie es kommen musste: die Reisenden buchten die Jeep-Safari beim Reiseleiter des Reiseveranstalters und wurden aufgrund eines Unfalls während der Jeep-Safari verletzt.

Sowohl das Landgericht Duisburg als auch das Oberlandesgericht Düsseldorf wiesen die Klage ab und wiesen darauf hin, dass der Reiseveranstalter die Geländewagentour nicht veranstaltet, sondern nur vermittelt habe. Der Hinweis auf die Vermittlerrolle des Reiseveranstalters und die Buchungsmöglichkeit mit einer bulgarischen E-Mail-Adresse habe aber deutlich gemacht, dass der Reiseveranstalter hier nur Vermittler sei und nicht die Verantwortung eines Reiseveranstalters hinnehmen wolle.

Diesem hat der Bundesgerichtshof eine Absage erteilt und die Sache zur Aufklärung des Unfallhergangs und der Unfallfolgen an das Oberlandesgericht Düsseldorf zurückverwiesen.

Entscheidend ist nach dem Bundesgerichtshof der Gesamteindruck, den der Reisende bei der Vertragsanbahnung gewinnt. Ist sein Eindruck, dass das Reiseunternehmen nur als Vermittler tätig sei, dann besteht tatsächlich keine Haftung des Reiseveranstalters. Kommt er allerdings zum Eindruck, dass eine eigenverantwortliche Stellung als Vertragspartner durch den Reiseveranstalter eingenommen werde, so haftet der Reiseveranstalter auch für die von ihm dem Wortsinn nach lediglich vermittelten Ausflüge.

Entscheidend stellt der Bundesgerichtshof hier darauf ab, dass das Ausflugsprogramm in die Begrüßungsmappe des Reiseveranstalters eingefügt sei. Die Aufmachung der Mappe mit dem Logo des Reiseveranstalters und die Überschrift „Ihr Ausflugsprogramm“ weisen nach Auffassung des Bundesgerichtshofs deutlich darauf hin, dass der Reiseveranstalter hier zusätzliche Leistungen als Bestandteil der Pauschalreise zusammengestellt und eigenverantwortlich organisiert hat. Dieser Eindruck werde noch verstärkt durch die Aufforderung, den Ausflug bei der Reiseleitung zu buchen, die immerhin als Reiseleitung des Reiseveranstalters vorgestellt werde. Der Hinweis auf die bloße Vermittlerrolle in einer kleineren Schriftgröße und in einer inhaltlichen Einbettung in den Text und weitere Buchungsmöglichkeiten bei einer bulgarischen E-Mail-Adresse würden diesen Eindruck nicht beseitigen.

Reiseveranstalter müssen also noch weitergehender als zuvor klarstellen, dass sie für fakultativ hinzugebuchte Leistungen im



AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND ENTSCHEIDUNGEN FÜR DIE REISEBRANCHE

Reisegebiet, die nicht in ihrer Verantwortung stattfinden, lediglich Vermittler sind. Jede Form von Zu-eigen-machen der Leistungen eines örtlichen Anbieters, eine Einbettung in eigene Leistungen oder die Übernahme von Leistungsbeschreibungen in Ausflugsprogrammen des Reiseveranstalters können eine solche Haftung mit sich bringen. Da es auf den subjektiven Eindruck des Reisenden ankommt, muss der Reiseveranstalter immer fragen, ob objektiv gerechtfertigt ein Eindruck beim Reisenden entstehen könne, der Veranstalter sei auch Veranstalter der Zusatzleistung. Abzustellen ist auf eine Gesamtschau, bei der alle Elemente der Werbung und des Anbietens der Zusatzleistung berücksichtigt werden müssen. Hier waren Logo des Veranstalters und der Hinweis auf die Buchungsmöglichkeit bei der Veranstalter-Reiseleitung schon ausreichend. Im Umkehrschluss heißt dies auch: eine eigenständige Mappe der Incoming-Agentur oder des Ausflugsunternehmens hätte wohl gegen eine Haftung des Veranstalters gesprochen.

Für den Reiseveranstalter ist eine solche Haftung mit Problemen verbunden. Hintergrund ist, dass zwar der Reiseveranstalter gegenüber dem Kunden haftet, er aber nicht ohne Weiteres einen vertraglichen Rückgriff gegenüber dem ausführenden Unternehmen hat. Besteht tatsächlich kein Vertrag zwischen Veranstalter und dem Unternehmen, das die örtliche Zusatzleistung ausführt, oder lediglich ein Vermittlungsvertrag, so wird es schwierig, die entsprechenden Ansprüche durchzusetzen. In aller Regel wird eine Klage im Ausland gegenüber dem örtlichen Leistungsträger erforderlich sein und ausländisches Recht angewandt werden. Selbst bei der Anwendung deutschen Rechts würde dies nur bedingt helfen, da eine Verletzung von geschützten Rechtsgütern des Veranstalters (Eigentum, Leben, Gesundheit u.a.m.), die eine Haftung auch außerhalb von vertraglichen Regelungen begründet, nicht vorliegt. Auch eine Versicherung mag nicht bestehen, wenn der Veranstalter diese Leistung durch Dritte nicht mitversichert hat.

Letztlich muss der Reiseveranstalter also genau prüfen, ob er für den Fall einer Inanspruchnahme durch den Reisenden nicht besser gesichert ist, wenn er tatsächlich auch im Außenverhältnis die Haftung übernimmt, dies aber auf der Grundlage sicherer und klarer vertraglicher Vereinbarungen mit dem Leistungsträger vor Ort geschieht. Um den Rückgriff sichern zu können, sollte der Kunde einen Anspruch wegen eines Fehlers des örtlichen Leistungsträgers geltend machen.



Prof. Dr. Hans-Josef Vogel,
Rechtsanwalt, Partner,
BEITEN BURKHARDT
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Düsseldorf

2. LG Düsseldorf: Urteil zum Einsatz von Like-Button und Social Plugins

Nachdem es zuletzt eher still war um die Frage der Rechtmäßigkeit der Einbettung sog. Social Plugins auf Websites, sorgt nunmehr ein aktuelles Urteil des Landgerichts Düsseldorf zur wettbewerbsrechtlichen Einordnung des „Like-Buttons“ von Facebook auf gewerblich genutzten Internetseiten (LG Düsseldorf, Urt. v. 09.03.2016 – 12 O 151/15) für Aufsehen. Dabei ging es erstmals auch um die Zulässigkeit des Buttons an sich.

Nach Ansicht der Richter ist es unlauter, ein Social Plugin auf einer Website zu integrieren, wenn dies dazu führt, dass bei Seitenaufruf eine Übermittlung personenbezogener Daten stattfindet, ohne dass der Nutzer hierüber informiert wird, geschweige denn seine Einwilligung hierzu gegeben hat.

Hintergrund war die Klage der Verbraucherzentrale NRW gegen ein Tochterunternehmen des Bekleidungshändlers Peek & Cloppenburg, das auf dessen Website den Facebook-„Like-Button“ dargestellt integriert hatte, dass dieses Plugin unmittelbar in die Startseite integriert und aktiviert war.

Dies führte dazu, dass bereits bei jedem Aufruf der Internetseite automatisch Daten an Facebook übermittelt wurden und zwar unabhängig davon, ob der „Like-Button“ vom Nutzer angeklickt wurde. Konkret wurden hier jedenfalls die (i. d. R. dynamische) IP-Adresse des Nutzers und der sog. Browserstring übertragen.

Internetnutzer, die bei Aufruf des Onlineshops bei Facebook eingeloggt waren, konnten so mittels IP-Adresse direkt ihrem Facebook-Konto zugeordnet werden. Sogar bei Facebook-Nutzern, die sich zwar ausloggen, jedoch nicht ihre Cookies löschten, konnte mittels gesetzter Cookies eine Zuordnung erfolgen.

Gemäß den Vorschriften des Telemediengesetzes (TMG) ist der User bereits bei Beginn der Nutzung eines Online-Angebots insbesondere über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten in allgemein verständlicher Form zu unterrichten. Dieser Pflicht ist der Onlineshop-Betreiber im hier relevanten Fall nach Ansicht des Gerichts nicht nachgekommen, da bereits beim ersten Aufruf der Website die IP-Adresse der Nutzer an Facebook übermittelt wurde.

Eine die Datenübermittlung rechtfertigende Notwendigkeit zum Betrieb der Website lehnte das Gericht dabei ab. Die große Verbreitung derartiger Social Plugins und die damit verbundenen Marketing-Vorteile allein genügen nach Ansicht der Richter jedenfalls nicht.

Doch wie lassen sich vor diesem Hintergrund Social Plugins datenschutzkonform einbinden?

Die Beklagte des Verfahrens vor dem LG Düsseldorf verwendet mittlerweile die sog. 2-Klick-Lösung, bei der das Plugin zunächst



AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND ENTSCHEIDUNGEN FÜR DIE REISEBRANCHE

standardmäßig deaktiviert ist. Erst durch einen Klick auf den Button des Plugin werden dieses und die zugehörige Datenverarbeitung aktiviert. Der Nutzer wird darüber durch eine Einblendung informiert, die erscheint, wenn er mit seiner Maus das fragliche Feld berührt (sog. Mouse-Over).

Das Gericht vermied es ausdrücklich, zu der Zulässigkeit dieser Lösung Stellung zu beziehen. Da die Richter die 2-Klick-Lösung aber ausdrücklich als Alternative zur angemessenen Wahrung der Nutzerinteressen erwähnen, spricht viel für deren Zulässigkeit.

Kritisch erscheint dabei aber, dass insbesondere mobile Endgeräte nur eingeschränkt über die Mouse-Over Funktion verfügen und eine Information der Nutzer somit nicht immer gewährleistet ist.

Als Alternative wird zum Teil „Shariff“ als Lösung diskutiert. Die Buttons sind dann als einfache HTML-Links eingefügt und gerade keine iFrames. Dabei ruft ein Script ab, wie häufig z. B. der Teilen-Button einer Seite betätigt wurde. Statt den Nutzerdaten wird somit lediglich die Server-Adresse der Website an Facebook übertragen. Bei einem Klick auf den Button wird die Seite, die der Nutzer teilen möchte, an Facebook übermittelt und es öffnet sich ein Facebook-Pop-up. Sofern der Nutzer bereits eingeloggt ist, muss er hier das Teilen/Gefallen noch einmal bestätigen.

Vorteil dieser Art der Einbindung ist, dass Daten erst mit Öffnen des Facebook-Pop-ups an den Social Media Betreiber übermittelt werden. Es wird die Ansicht vertreten, dass damit der Betreiber der Ausgangsseite nicht mehr als Verantwortlicher betrachtet werden kann. Eine abschließende gerichtliche Klärung gibt es diesbezüglich bislang aber nicht.

Gegen beide Alternativen wird von Datenschützern eingewandt, dass der Website-Betreiber den Nutzer solange nicht hinreichend über den Zweck der Datenverarbeitung informieren kann, wie Facebook diese Informationen nicht seinerseits transparent offenlegt. Legt man diese Sichtweise zugrunde, dann wäre eine rechtskonforme Nutzung von Social Media Plugins – zumindest was Facebook angeht – derzeit praktisch nicht rechtskonform möglich.

Eine vollständige Rechtssicherheit gibt es hier für Website-Betreiber aktuell daher nicht. Auf eine unmittelbare Aktivierung von Social Plugins auf der Startseite sollte aber unter Risikogesichtspunkten verzichtet werden.



Mathias Zimmer-Goertz,
Rechtsanwalt, Partner,
BEITEN BURKHARDT
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Düsseldorf

3. Mein Link, Deine Aussage: Haftung für Links

Links jeder Art sind eines der Grundelemente des Internet. Zwei Studenten begannen Ihre Suchmaschine sogar damit, zu zählen, wie oft auf Seiten verlinkt wird, um hieraus die Relevanz der verlinkten Seiten für Suchergebnisse zu ermitteln. Aber was passiert, wenn auf der verlinkten Seite rechtswidrige Inhalte stehen, also zum Beispiel Beleidigungen, wettbewerbswidrige Inhalte oder anderes mehr?

Hierzu hat der Bundesgerichtshof kürzlich ein Urteil (BGH I ZR 74/14, vom 18.06.2015) veröffentlicht, das sich mit der Haftung des Link-Setzers für verlinkte, rechtswidrige Inhalte befasst.

Grundsatz ist hier: jeder haftet nur für eigene Inhalte. Wer selber eine Aussage trifft, steht dafür rechtlich gerade; für Aussagen Dritter haftet man nicht. Aber das ist nicht alles; denn es sind Gestaltungen denkbar, in denen rechtswidrige Aussagen, wettbewerbswidrige Aussagen oder anderes eben mehr als nur ein Hinweis ist, sondern der Link-Setzende den Inhalt des Links wie eine eigene Aussage erscheinen lässt. Die Rechtsprechung nennt dies „zu eigen machen“. Dann ist es nicht mehr nur eine fremde Aussage, auf die verwiesen wird, sondern eine eigene Aussage des Betreibers der Website, auf der der Link enthalten ist. Es macht rechtlich also einen Unterschied, ob der Text des Links lautet: „Das schreibt XYZ hier“ oder „XYZ sieht das hier genau wie ich“.

Wie vielen juristischen Begriffen ist das „Zu-eigen-machen“ kein völlig fest definierter Begriff, sondern lässt Auslegungsspielraum. Mit diesem Spielraum, aber auch einer neuen Verpflichtung des Link-Setzers befasste sich nun die Entscheidung.

Einerseits geht der BGH wohl davon aus, dass ein Deep-Link (bei dem nicht auf die Startseite eines Internetauftritts verwiesen wird, sondern auf eine ganz konkrete einzelne Seite) eher als eigene Aussage anzusehen ist. Das kann man inhaltlich stark anzweifeln, aber für die Praxis bedeutet es, bei Deep-Links in der Formulierung deutlich darauf zu achten, den Inhalt des Links als Zitat zu kennzeichnen.

Wichtiger aber noch ist Verpflichtung des Link-Setzers, auf einen Hinweis hin die Rechtswidrigkeit der verlinkten Seite zu prüfen. Letztlich hat der BGH jetzt ein Notice and Take Down Verfahren erschaffen, in dem der Link-Setzer auf den Hinweis eines Dritten hin überprüfen muss, ob ein verlinkter Inhalt rechtswidrig ist. Dieses Verfahren bedeutet (leider) erheblichen administrativen Aufwand. Der Hinweis auf die Rechtswidrigkeit muss überprüft werden, die Reaktion hierauf muss geklärt sein und u. U. muss auch noch, wenn der Link vertraglich geschuldet ist, mit dem Vertragspartner eine Klärung erzielt werden.

Wer hofft, mit dem bekannten – und unsinnigen Disclaimer – dieses Problem zu umgehen, wird in der Regel Schiffbruch erleiden, da



AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND ENTSCHEIDUNGEN FÜR DIE REISEBRANCHE

eine Haftung für Links, macht man sie sich nicht zu eigen, nicht besteht. Erhält man aber den Hinweis auf Rechtswidrigkeit, muss diesem nach der BGH-Entscheidung nachgegangen werden, wenn man eine Haftung für dritte Inhalte vermeiden will.



Julia Thöle, LL.M.,
Rechtsanwältin,
BEITEN BURKHARDT
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Düsseldorf

4. Bewertungsportale: weitere Pflichten des Portalbetreibers

Der Bundesgerichtshof hat am 1. März 2016 (BGH, Urteil vom 1. März 2016, Az.: VI ZA 34/15) erneut die Gelegenheit gehabt, über die Rechte und Pflichten der Betreiber von Bewertungsportalen einerseits und den Bewerteten andererseits zu entscheiden.

Immer wieder kommt es zum Konflikt zwischen den unterschiedlichen Rechtspositionen: Der Bewertete will – insbesondere schlechte – Bewertungen nicht hinnehmen und sieht darin eine Verletzung seiner Persönlichkeitsrechte, der Plattformbetreiber beruft sich auf die Meinungsfreiheit und den Verbraucherschutz. Der Bundesgerichtshof hat nun weitere Pflichten des Plattformbetreibers entwickelt, die ihn im Fall des Streits über die Richtigkeit einer Bewertung treffen. Wie diese Pflichten konkret ausgestaltet sind, wird sich erst nach Vorliegen der Urteilsgründe, die derzeit noch nicht veröffentlicht sind, genauer feststellen lassen. Aber auch weitere Gerichte werden aufgrund der Vorgaben des Bundesgerichtshofs diese Verhaltenspflichten weiter verfeinern.

Bereits jetzt lassen sich aber einige Kernpunkte erkennen. Der Plattformbetreiber haftet weiterhin erst dann, wenn er Kenntnis von einer Rechtsverletzung hat, er also weiß, dass eine Bewertung unzutreffend ist oder anderweitig Persönlichkeitsrechte verletzt. Auch die Identität der Bewertenden muss der Plattformbetreiber nicht offenbaren. Allerdings legt der Bundesgerichtshof den Plattformbetreibern in eine deutlich aktivere Rolle in der Moderation einer Auseinandersetzung auf und verlangt eine aktive Pflege von Beiträgen, unter Umständen auch ein Entfernen von Beiträgen, wenn sich in den Bewertungen enthaltene tatsächliche Behauptungen als nicht zutreffend oder haltbar erweisen. Verletzt der Portalbetreiber diese Verhaltenspflichten, kann er gegenüber dem Bewerteten selbst in eine Haftung geraten.

Der Bundesgerichtshof hält zunächst an seiner bereits im Jahre 2014 (BGH, Urteil vom 1. Juli 2014, Az.: VI ZR 345/13) aufgestellten

Ansicht fest, wonach der Plattformbetreiber die Anonymität des Bewertenden schützen kann und ein Auskunftsanspruch über die Person des Bewertenden nicht besteht. Allerdings heißt es in der Pressemitteilung des Bundesgerichtshofs weiter:

„Der Betrieb eines Bewertungsportals trägt im Vergleich zu anderen Portalen von vornherein ein gesteigertes Risiko von Persönlichkeitsrechtsverletzungen in sich. Diese Gefahr wird auf die Möglichkeit, Bewertungen anonym oder pseudonym abzugeben, verstärkt. Zudem erschweren es derart verdeckt angegebene Bewertungen den betroffenen Arzt, gegen den Bewertenden direkt vorzugehen.“

Der Bundesgerichtshof stellt weiter fest, dass die Bewertungsplattform bei einer Beanstandung – in diesem Fall war es ein Arzt – diese Beanstandung dem Bewertenden übersenden und ihn anhalten müsse, den angeblichen Behandlungskontakt genauer zu beschreiben. Auch hätte die Bewertungsplattform den Bewertenden auffordern müssen, ihr die den Behandlungskontakt belegenden Unterlagen, wie etwa Bonushefte, Rezepte oder sonstige Indizien, möglichst umfassend vorzulegen. Solche Unterlagen hätten, so der Bundesgerichtshof weiter, an den Bewerteten herausgegeben werden müssen, soweit deren Weiterleitung ohne Verstoß gegen § 12 Abs. 1 TMG möglich gewesen wäre.

Für Bewertungsportale bedeutet dies, dass sie letztlich zu einer Moderatorenfunktion gezwungen sind. Sie müssen, wollen sie die Anonymität des Bewertenden wahren, ihm die Beanstandungen des Bewerteten zuleiten und dann entscheiden, ob aufgrund weiterer Angaben des Bewertenden die Bewertung noch zutreffend sein kann. Sie müssen auch auf eigenes Risiko entscheiden, welche Unterlagen sie wie dem Bewerteten zugänglich machen, ohne die Rechte des Bewertenden auf Anonymität (§ 12 Abs. 1 TMG) zu verletzen.

Im touristischen Bereich wird also die Überprüfung etwa von Aufenthalten aufgrund von Rechnungen oder Kreditkartenabrechnungen, genaue Angaben über die Inanspruchnahme touristischer Leistungen und anderes mehr als Minimalanforderung angesehen werden können, wenn das bewertete Unternehmen Beanstandungen erhebt. Das Bewertungsportal wird dann im Einzelfall entscheiden müssen, ob beispielsweise Daten oder genaue Zeitpunkte mitgeteilt werden können, oder ob daraus bereits ein Verlust an Anonymität droht.



Prof. Dr. Hans-Josef Vogel,
Rechtsanwalt, Partner,
BEITEN BURKHARDT
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Düsseldorf

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND ENTSCHEIDUNGEN FÜR DIE REISEBRANCHE

Hinweise

Diese Veröffentlichung stellt keine Rechtsberatung dar.

Wenn Sie keine Mandanteninformationen mehr erhalten möchten, können Sie jederzeit per E-Mail (bitte E-Mail mit Betreff „Abbestellen“ an Hans-Josef.Vogel@bblaw.com) oder sonst gegenüber BEITEN BURKHARDT widersprechen.

© BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH.
Alle Rechte vorbehalten 2015.

Impressum

BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
(Herausgeber)

Ganghoferstraße 33, D-80339 München
AG München HR B 155350/USt.-Idnr: DE811218811

Weitere Informationen (Impressumsangaben) unter:
www.beitenburkhardt.com/impressum

Redaktion (verantwortlich)

Prof. Dr. Hans-Josef Vogel



Weitere interessante Themen und Informationen zu Hotels & Leisure finden Sie in unserem Onlinebereich.

BEITEN BURKHARDT · RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH

DÜSSELDORF · CECILIENALLEE 7 · 40474 DÜSSELDORF · TEL.: +49 211 518989-0 · FAX: +49 211 518989-29
PROF. DR. HANS-JOSEF VOGEL · HANS-JOSEF.VOGEL@BBLAW.COM

BEIJING · BERLIN · BRÜSSEL · DÜSSELDORF · FRANKFURT AM MAIN
MOSKAU · MÜNCHEN · NÜRNBERG · SHANGHAI · ST. PETERSBURG

WWW.BEITENBURKHARDT.COM