

Dr. Martin Bahr

# Endlich Rechtssicherheit im Affiliate-Bereich: Die „tchibo.de“-Entscheidung des Bundesgerichtshofs

Gerade die Bewerbung von Versicherungen und Finanzprodukten ist im Affiliate-Bereich für viele Webseiten-Betreiber ein einträgliches Geschäft. Jedoch finden sich dort auch viele Stolpersteine, über die der unbedarfte Webmaster schnell ins Straucheln geraten kann. So war bis vor Kurzem umstritten, wie im Online-Bereich der bloße Tippgeber, der keine besondere behördliche Genehmigung braucht, vom Vermittler abzugrenzen ist, der einer staatlichen Lizenz bedarf. Mit seiner „tchibo.de“-Entscheidung hat der Bundesgerichtshof diese lang diskutierte Frage nun beantwortet und erheblich zur Rechtssicherheit beigetragen.

## 1. Die Problemlage:

Seit vielen Jahren ist umstritten, wie im Online-Bereich der bloße Tippgeber, der keine besondere behördliche Genehmigung braucht, vom Vermittler abzugrenzen ist, der einer staatlichen Lizenz bedarf. Diese Problematik hat bislang vor allem die Affiliate-Szene in Atem gehalten, denn der Streit hat nicht nur handfeste zivilrechtliche, sondern sogar strafrechtliche Konsequenzen.

So ist z. B. das Amtsgericht (AG) Straubing (Urt. v. 03.03.2011 - Az.: 8 OWi 142 Js 94374/19) der Ansicht, dass ein Affiliate, der online die Kreditangebote eines Merchants bewirbt, eine besondere Kreditvermittlererlaubnis benötigt. Um als Vermittler eingestuft zu werden, so das Gericht, reiche eine bloße Verlinkung. Verfügt der Affiliate über keine solche besondere Erlaubnis, macht er sich strafbar.

Dabei ist es egal, ob es sich um Versicherungen oder Finanzprodukte handelt. Denn in all diesen Fällen muss derjenige, der derartige Produkte vermittelt, über eine staatliche Erlaubnis verfügen (§§ 34 c, d GewO).

## 2. Die „tchibo.de“-Entscheidung des BGH

Daher richteten sich die Augen der Affiliate-Szene aufmerksam auf die jüngste Entscheidung (Urt. v. 28.11.2013 - Az.: I ZR 7/13) des Bundes-

gerichtshof (BGH). Dort ging es um das bekannte Unternehmen Tchibo, das auf seiner Webseite unterschiedliche Versicherungs- und Finanzverträge von Dritten bewarb. Tchibo verfügte selbst über keine Erlaubnis als Finanz- oder Versicherungsvermittler.

### a. Konkrete Ausgestaltung auf tchibo.de

Tchibo hatte sein Online-Portal wie in Abbildung 1 zu sehen ausgestaltet.

Klickte der User auf das jeweilige Angebot, dann öffnete sich eine Unterseite mit der Darstellung des jeweiligen Produktes. Dabei wurden die konkreten einzelnen Inhalte des Angebots wiedergegeben, so z. B. bei einer Zahnzusatzversicherung die monatlichen Preise (siehe Abbildung 2).

Am rechten Bildrand wurde groß darauf hingewiesen, dass Vertragspartner nicht Tchibo ist, sondern die namentlich genannte Versicherung ASSTEL.

Gab der Interessierte online seine Daten ein, erschien auf dem Bildschirm der Hinweis:

„Vielen Dank,  
Ihr Online-Antrag wurde erfolgreich verschickt.  
Sie erhalten in Kürze eine Bestätigungsmail  
von uns.  
Ihr ASSTEL und Tchibo Experten-Team“

### DER AUTOR



Die Kanzlei Dr. Bahr ([www.Dr-Bahr.com](http://www.Dr-Bahr.com)) ist auf den Bereich des Rechts der Neuen Medien und den gewerblichen Rechtsschutz (Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht) spezialisiert. Unter [Suchmaschinen-und-Recht.de](http://Suchmaschinen-und-Recht.de) betreibt sie seit 2005 ein eigenes Themenportal zur rechtlichen Dimension von Suchmaschinen.



Abb. 1: Menüpunkt „Versicherungen“ auf tchibo.de

**b. Vorinstanz: Urteil des LG Hamburg**

In der 1. Instanz verurteilten die Hamburger Richter (LG Hamburg, Urt. v. 03.04.2010 - Az.: 408 O 95/09) Tchibo. Anhand der Tätigkeit und des Webauftritts werde deutlich, dass Tchibo nicht nur als bloßer Tippgeber agiere, der mit der eigentlichen Vermittlung nichts zu tun habe.

Vom Vermittler abzugrenzen sei grundsätzlich der sogenannte Tippgeber, der gesetzlich nicht geregelt sei. Der Tippgeber stelle lediglich den Kontakt zwischen dem Interessenten und einem Vermittler bzw. dem späteren Vertragspartner her. Die Nennung von Abschlussmöglichkeiten und die Anbahnung von Verträgen stellen dann keine Vermittlung dar, wenn sie als vorbereitende Handlungen nicht auf eine konkrete Willenserklärung des Interessenten zum Abschluss eines Vertrages, der Gegenstand der Vermittlung ist, abzielen. Von dem Tippgeber, der nur

An der FHWS ist aktuell folgende Stelle für Professoren ausgeschrieben:

**Professorin/Professor (BesGr. W 2 BayBesG)**

Standort Würzburg - Fakultät Informatik und Wirtschaftsinformatik Lehrgebiet: „E-Commerce, insbesondere Conversion-Optimierung und Usability“  
Bewerbungskennziffer: 61.1.902

**FHWS**

Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt

Die Stelle ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt zu besetzen. Es wird vorausgesetzt, dass Sie in der Lage sind, Ihre Lehrveranstaltungen bei Bedarf in englischer Sprache oder einer anderen Welthandels-sprache zu halten und bereit sind, sich an Grundlagenvorlesungen der Fakultät zu beteiligen.

Allgemeine Einstellungsvoraussetzungen sind:

- » Abgeschlossenes Hochschulstudium
- » Pädagogische Eignung, die in der Regel durch Erfahrungen in der Lehre und Ausbildung nachgewiesen wird
- » Besondere Befähigung zu wissenschaftlicher Arbeit, die in der Regel durch die Qualität einer Promotion nachgewiesen wird
- » Besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in einer mindestens fünfjährigen beruflichen Praxis, die nach Abschluss des Hochschulstudiums erworben sein muss und von der mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübt worden sein müssen; der Nachweis der außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübten beruflichen Praxis kann in besonderen Fällen dadurch erfolgen, dass über einen Zeitraum von mindestens fünf Jahren ein erheblicher Teil der beruflichen Tätigkeit in Kooperation zwischen Hochschule und außerhochschulischer beruflicher Praxis erbracht wurde.

In das Beamtenverhältnis als Professorin / Professor kann nur berufen werden, wer das 52. Lebensjahr noch nicht vollendet hat. Der Freistaat Bayern bietet nicht nur optimale Arbeitsbedingungen und eine hervorragende Lebensqualität sondern auch besondere, landesspezifische Besoldungsregelungen. Unsere Hochschule strebt eine Erhöhung des Anteils der Frauen am wissenschaftlichen Personal an. Schwerbehinderte Bewerberinnen und Bewerber werden bei ansonsten im Wesentlichen gleicher Eignung, Befähigung und fachlicher Leistung bevorzugt eingestellt. Bewerbungen sind mit den üblichen Unterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse, Nachweise über den beruflichen Werdegang und die wissenschaftlichen Arbeiten) und unter Angabe der Bewerbungskennziffer bis spätestens einen Monat nach Erscheinen dieser Anzeige bei der **Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt zu Hd. des Präsidenten, Münzstraße 12, 97070 Würzburg** einzureichen.

Die Ausschreibungsfrist endet am 01.09.2014

Kontaktdetails weitergebe, erwartet ein potenzieller Versicherungsnehmer keine Beratung.

Da Tchibo auf seiner Internetseite die Versicherungs- und Finanzprodukte ausführlich präsentiert und anbietet sowie den Kontakt zu den Versicherungs- und Finanzpartnern herstellt, fördere das Unternehmen ausdrücklich die Willensbildung zum Vertragsabschluss und sei als Versicherungs- und Finanzvermittler einzustufen.

Da keine behördliche Genehmigung vorliegt, handle Tchibo wettbewerbswidrig.

**c. Entscheidung des BGH:**

Mit seiner „tchibo.de“-Entscheidung hat der BGH die umstrittene Frage zur Abgrenzung zwischen bloßem Tippgeber und Vermittler nunmehr abschließend höchstrichterlich beantwortet. Inhaltlich hat es die Bewertungen der Vorinstanz geteilt und ist zum identischen Ergebnis gekommen.

Die Abgrenzung der Versicherungsvermittlung von einer Tätigkeit, die ausschließlich darauf gerichtet sei, Kontakte zwischen einem potenziellen Versicherungsnehmer und einem Versicherungsvermittler herzustellen, richte sich nach dem objektiven Erscheinungsbild der ausgeübten Tätigkeit, so die Karlsruher Richter.

Bewerbe ein Handelsunternehmen im Rahmen seines Internetauftritts konkrete Versicherungsprodukte und ermögliche es den Online-Abschluss von Versicherungsverträgen auf einer Internetseite eines Versicherungsvermittlers, sei auch das Handelsunternehmen Versicherungsvermittler, wenn dem Verbraucher der Wechsel des Betreibers der Internetseite verborgen bleibe.

Da der Verbraucher auf den Webseiten weiterhin den Eindruck erhielt, dass es sich um eine von Tchibo (zumindest mit betreute) URL handle, stufte der BGH das bekannte Unterneh-

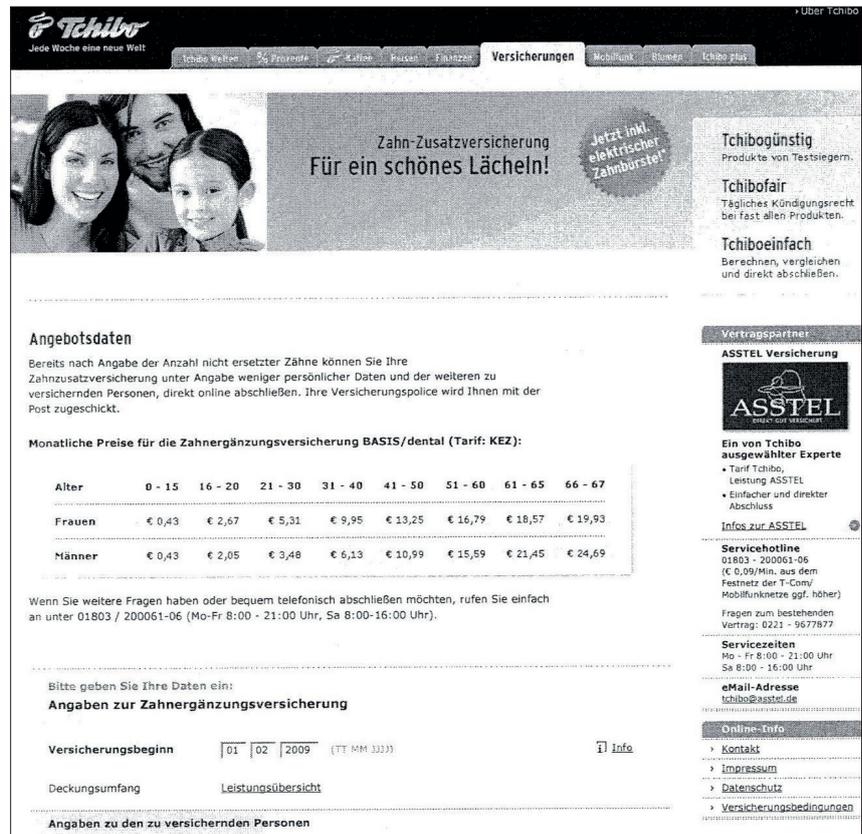


Abb. 2: Konkrete Angebotsseite auf tchibo.de

men als Versicherungsvermittler ein. Da die Firma über keine entsprechende Erlaubnis verfügte, handle es sich um einen Wettbewerbsverstoß.

**3. Die praktischen Konsequenzen der Entscheidung**

Der BGH hat mit der aktuellen Entscheidung die seit vielen Jahren bestehende Rechtsunsicherheit für den Online-Bereich beseitigt.

Dabei geht das Urteil weit über den Bereich der Bewerbung von Finanzprodukten hinaus, denn die Ausführungen der Karlsruher Juristen sind auf jede Form der zulassungspflichtigen Ver-

mittlung nathlos übertragbar.

Damit ist zukünftig klar: Ein Affiliate, der fremde Finanz- und Versicherungsprodukte konkret bewirbt und Kunden „vermittelt“, ist nur dann Tippgeber, wenn aus der verlinkten Landingpage\* deutlich wird, dass es sich um die Webseite eines anderen Unternehmens handelt.

White-Label-Lösungen oder Fälle, bei denen aus der Landingpage nicht die Fremdheit des beworbenen Angebots hinreichend deutlich hervorgeht, sind als zulassungspflichtige Vermittlung einzustufen. Daraus ergibt sich nachfolgendes Schaubild:

| Art der Bewerbung  | Vermittlungserlaubnis für Affiliate notwendig? |
|--|--|
| White-Label-Lösung   | Vermittlungserlaubnis notwendig                |
| Aus Werbung geht eindeutig und unzweifelhaft Fremdheit des beworbenen Produktes hervor | Vermittlungserlaubnis nicht notwendig          |
| Aus Werbung geht Fremdheit des beworbenen Produktes nicht eindeutig hervor             | Vermittlungserlaubnis notwendig                |
| Aus Werbung geht Fremdheit des beworbenen Produktes nicht hervor                       | Vermittlungserlaubnis notwendig                |

\*siehe Online-Glossar unter www.websiteboosting.com