

# Rechtsprobleme bei neuen Vertriebswegen touristischer Leistungen

Von Rechtsanwalt Harald Rutert, Duisburg

[© Autor und Deutsche Gesellschaft für Reiserecht e.V.]

## I.

Rechtliche Probleme im Zusammenhang mit diesen Vertriebswegen gewinnen zunehmend an Bedeutung (siehe dazu schon: Noll, DGfR-Jahrbuch 1999, 73). Das dürfte zumindest drei Ursachen haben:

1. Die Zahl der Reisemittler, die im Internet auftreten, steigt durch die verschiedensten Konstruktionen an. Schon Noll hat sich schon im Jahre 1999 zur Untermauerung der wirtschaftlichen Bedeutung des Vertriebs touristischer Leistungen über Online-Medien auf Ergebnisse aus Suchmaschinen gestützt. Um sich die Entwicklung zu verdeutlichen erscheint es sinnvoll, dies kurz aufzugreifen. Im August 1999 ermittelte Noll in der Suchmaschine Fireball konkrete Zahlen von Nennungen zu bestimmten Begriffen der Tourismuswirtschaft. In der nachfolgenden Aufstellung sind diese Zahlen wiederholt und in der rechten Spalte sind die entsprechenden Zahlen aus der Suchmaschine Google mit Stand 12.09.2004 wiedergegeben:

Suchbegriff	Treffer 09/1999	Treffer 09/2004
Reiseveranstalter	18.416	2.210.000
Reisebüro	24.210	1.070.000
Reisebedingungen	3.457	141.000
Online + Buchung	5.055	723.000

2. Gleichzeitig ist die Zahl der Kunden, die diese „neuen“ Wege und Möglichkeiten auch tatsächlich nutzen deutlich angestiegen.
3. Neben den vorgenannten objektiv prüfbareren Ursachen kommt nach der ganz persönlichen Einschätzung des Verfassers auch eine dritte Ursache hinzu: Mittlerweile hat sich bei einem Großteil der Anwaltschaft, der Richterschaft und auch bei den Kunden selbst herumgesprochen, dass es eine BGB-InfoV gibt und die sogenannte „E-Commerce-Richtlinie“ in Nationales Recht umgesetzt ist. Neben dem segensreichen Wirken der DGfR dürfte dabei insbesondere die Schuldrechtsmodernisierung eine Rolle gespielt haben. Viele Juristen mussten sich mit der Umgestaltung des BGB beschäftigen und sind dabei zwangsläufig auf bestimmte Regelungszusammenhänge gestoßen, die sie in der Vergangenheit vernachlässigt haben. In der gerichtlichen Praxis berufen sich heute jedenfalls sehr viel mehr Kundenanwälte auf Regelungen aus der BGB-InfoV, namentlich genannt seien hier § 6 Abs. 3 und § 6 Abs. 2 Nr. 7 und

8 BGB-InfoV, als dies vor der Schuldrechtsreform zur sog. „Verordnung für Informationspflichten von Reiseveranstaltern“ der Fall war.

Auch die in diesem Rahmen auftretenden Rechtsprobleme (Veranstalterstellung, Irrtumsanfechtung, Einbeziehung von AGB usw.) sind eigentlich alte Bekannte, die sich aber im neuen Gewand vorstellen. Konkret sollen die nachfolgenden folgende Fragen beleuchtet werden:

- Welche Auswirkungen hat die Verletzung von Pflichten aus § 312 e BGB durch den Reiseveranstalter oder Reisemittler auf das Zustandekommen des Reisevertrages bzw. auf die Durchsetzung von Ansprüchen aus einem Reisevertrag? (Siehe dazu III.)
- Wo liegen die Grenzen der Irrtumsanfechtung nach § 119 BGB bei Fehleingaben in die EDV-Systeme/ Datenbanken? (Siehe dazu IV.)
- Wie werden die Allgemeinen Geschäfts-/Reisebedingungen bei telefonischen Buchungen aufgrund der Werbung in Urlaubsfernsehkanälen oder Dauerwerbesendungen wirksam in einen Reisevertrag einbezogen? (Siehe dazu V.)
- Wer ist bei sogenannten Online- bzw. Internetbuchungen Reiseveranstalter, wenn es zur datenverarbeitungstechnischen Bündelung von Reiseleistungen durch die jeweilige Internetplattform kommt? (Siehe dazu VI.)

Damit können natürlich nicht alle aktuellen Rechtsfragen im Zusammenhang mit den eingangs dargestellten Vertriebswegen erfasst sein. Genauso wenig werden diese Fragen nachfolgend erschöpfend beantwortet. Diese Einführung kann lediglich Anstöße zu Lösungsmöglichkeiten geben.

## II.

Um die hier im Einzelnen zu behandelnden Problemstellungen herauszuarbeiten, soll nachfolgend einer kurzer Überblick über die tatsächlichen und – soweit unumstritten – rechtlichen Abläufe bei dem Zustandekommen von Reiseverträgen über die eingangs dargestellten Vertriebswege gegeben werden:

### 1. Invitatio

Zu den vorgenannten Vertriebswegen wird der Kontakt zwischen Kunden und Reiseveranstalter regelmäßig über das Internet und Fernsehkanäle bzw. Dauerwerbesendungen initiiert. Die Auftritte über Urlaubskanäle und Dauerwerbesendungen dürften, soweit der Verfasser selbst diese überhaupt in Augenschein nehmen konnte, regelmäßig nicht über den Charakter einer invitatio ad offerendum hinaus gehen. Soweit man sich die Internetseiten bzw. die Auftritte ansieht, sind auch diese fast ausschließlich als invitatio ad offerendum ausgestaltet. Der Wille, sich von Seiten eines Veranstalters oder gar Mittlers unbedingt binden zu wollen, ist regelmäßig nicht aus der Gestaltung abzulesen.

Die vorgenannten Auftritte enthalten regelmäßig einen Großteil der nach der BGB-InfoV angeforderten Informationen. Insbesondere bei der Gestaltung der Internetseiten wird regelmäßig die später abzugebende Angebotserklärung des Kunden vorgegeben bzw. von dem Kunden nach Maßgabe seiner individuellen Wünsche, soweit diese nach den Angebotsdaten realisierbar sind, vervollständigt.

## **2. Vertragsschluss**

Der Reisevertrag bedarf weder hinsichtlich Angebot noch Annahme einer bestimmten Form. Daher sind elektronisch und fernmündlich übermittelte Angebots- und Annahmeerklärungen wirksam. Die Verpflichtung zur Überlassung einer schriftlichen Reisebestätigung bei oder unverzüglich nach Vertragsschluss (§ 6 BGB-InfoV) berührt die Wirksamkeit des Vertragsschlusses nicht.

Soweit Erklärungen auf elektronischem Wege übermittelt werden kann es sich entweder um eine echte „Online-Buchung“ oder um eine über das Internet veranlasste Buchung (Internet-Buchung) handeln. Bei einer Online-Buchung kommt der Vertragsschluss durch selbständiges Handeln des Kunden allein auf Basis der Internet-Technologie zustande. Die Annahmeerklärung erfolgt regelmäßig aus der Datenbank des Anbieters heraus

Demgegenüber wird der Vertragsschluss bei einer Internet-Buchung zwar auf Basis der Internet-Technologie ermöglicht, weil der Kunde im Regelfall die Buchungserklärung mit Hilfe der Internet-Technologie auf den Weg bringt. In das weitere Verfahren sind aber Reisemittler und die klassischen Buchungssysteme einbezogen.

So gibt es Internetauftritte von Reisemittlern, bei denen der Kunde nach Ausfüllen der Buchungsmaske diese auf elektronischem Wege an den Reisemittler übersendet. Daraus wird dann entweder eine telefonische Buchung beim Reiseveranstalter oder eine Online-Buchung über eines der bekannten Reservierungssysteme platziert. Der Kunde glaubt hier unter Umständen, er habe eine „Online-Buchung“ getätigt, in Wahrheit handelt es sich allenfalls um eine verbindliche Reservierung. Gleichzeitig erkennt der Veranstalter häufig gar nicht, dass die Buchungserklärung und damit das Vertragsangebot auf dem beschriebenen Weg zustande gekommen ist. Er geht unter Umständen von einer klassischen Reisebürobuchung aus. Bei unsorgfältiger Handhabung durch den Reisemittler ist dem Veranstalter häufig der Nachweis abgeschnitten, dass seine AGB wirksam in den Vertrag einbezogen sind.

Soweit dem Veranstalter eine elektronische Erklärung zugeht, dürfte es gesicherte juristische Erkenntnis sein, dass sich Abgang und Zugang solcher Erklärungen nach den Regeln für verkörperte Willenserklärungen unter Abwesenden richten. Mit Eingang auf dem Rechner des Veranstalters wird die Erklärung des Kunden wirksam. Dabei kann dahinstehen, ob die Erklärung durch einen Reisemittler quasi elektronisch durchgereicht wird oder ob sie von dem Reisemittler in eine weitere inhaltsgleiche Erklärung gegenüber dem Reiseveranstalter umgesetzt werden muss. Es bleiben die bekannten Probleme der Authentizität und Integrität solcher Erklärungen. Diese Fragen sollen hier nicht beantwortet werden.

In den vorgenannten Fällen kommt der Reisevertrag dann zustande, wenn der Reiseveranstalter entweder online, schriftlich oder fernmündlich den Reisevertrag bestä-

tigt. Davon zu unterscheiden sind telefonische Buchungen. Wird das telefonische Vertragsangebot telefonisch angenommen, ist der Vertrag geschlossen.

### III.

Welche Auswirkungen hat die Verletzung von Pflichten aus § 312 e BGB durch den Reiseveranstalter oder Reisemittler auf das Zustandekommen des Reisevertrages bzw. die Durchsetzung von Ansprüchen aus dem Reisevertrag?

Nach wohl herrschender Meinung finden die Fernabsatzvorschriften der §§ 312 b - d keine Anwendung auf Pauschalreiseverträge oder Verträge über einzelne touristische Leistungen. Gegenteilige gerichtliche Entscheidungen sind jedenfalls nicht bekannt. Zu beachten ist aber die auf der Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie beruhende Regelung in § 312 e BGB. Dem Kunden sind die in § 3 Nr. 3 BGB-InfoV vorgegebenen Informationen zu erteilen. Weitere Informationspflichten ergeben sich aus § 312 e BGB selbst. Bei Buchungen über elektronische Medien ist von besonderer Bedeutung § 312 e Abs. 1 Nr. 3 BGB. Danach ist der Zugang der „*Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen*“. Dies geschieht in der Praxis in vielen Fällen nicht. Hier stellt sich die Frage, welche Folgen dieser Verstoß bzw. andere Verstöße gegen § 312 e BGB haben.

Einigkeit besteht wohl darin, dass Verstöße keine Auswirkungen auf die Wirksamkeit des Vertrages haben. Sie haben insbesondere nicht die Nichtigkeit des Vertrages zur Folge. Dies ergibt sich nicht aus dem Wortlaut der gesetzlichen Regelung und auch nicht aus ihrem Zweck, der in der Auferlegung von Aufklärungs- und Informationspflichten liegt. Auch der Wille des Gesetzgebers war bei der nationalen Umsetzung der europäischen Vorgaben nicht auf die Nichtigkeit gerichtet (vgl. Begründung Gesetzesentwurf BT-Drucks. 14/16 40 173). Verstöße können aber Ansprüche aus § 311 Abs. 2, § 241 Abs. 2 i.V.m. § 280 und damit nach den Grundsätzen der früheren c.i.c. zur Folge haben, wobei bekanntlich das negative Interesse zu ersetzen ist.

Es ist die Frage aufzuwerfen, ob in den Fällen, in denen der Kunde die Zugangsbestätigung nach § 312 e Abs. 1 Nr. 3 BGB nicht unverzüglich erhält, er nicht davon ausgehen darf, noch gar kein verbindliches Vertragsangebot abgegeben zu haben. In der Folge ist dann zu fragen, ob es dem Veranstalter verwehrt ist, sich auf ein bindendes Vertragsangebot des Kunden zu berufen. So hatten sich bereits Amtsgerichte damit zu befassen, dass dem Kunden 3 Tage nach der elektronisch übermittelten Buchungserklärung eine schriftliche Reisebestätigung des Veranstalters erreichte. Der Reisepreis wurde nicht bezahlt. Der Kunde hat sich darauf berufen, es sei kein wirksamer Vertrag zustande gekommen. In den Verfahren ließen die Richter zum Teil erkennen, der Vertrag sei zwar nicht nichtig, jedoch sei es dem Veranstalter hier verwehrt, sich auf einen wirksamen Vertragsabschluss zu berufen. In der Sache ergingen nach Klagerücknahme jeweils keine Entscheidungen.

### IV.

Wo liegen die Grenzen der Irrtumsanfechtung nach § 119 BGB bei Fehleingaben in EDV-Systeme/ Datenbanken?

Erfolgt die Buchung über ein elektronisches Reservierungssystem und in diesem Reservierungssystem befinden sich Daten, die zu einem falschen Reisepreis führen (regelmäßig gerichtlich relevant bei deutlich zu niedrigen Reisepreisen), stellt sich die Frage nach den Anfechtungsmöglichkeiten durch den Veranstalter. In dem Workshop 1999 wurde die Frage der Anfechtung durch den Kunden bei eigenem „Vertippen“ aufgeworfen.

Hier geht es zunächst darum, dass sich ein Mitarbeiter des Reiseveranstalters bei Eingabe des Reisepreises oder preisbildender Faktoren vertippt und dieser Vertipper unmittelbar zum Auswurf eines falschen Preises im Falle einer Buchung führt.

Relevant kann dies nur bei sogenannten automatisierten Computererklärungen werden. Das sind solche Erklärungen, die der Rechner selbst herstellt und die ohne menschliche „Inhaltskontrolle“ in den Verkehr gebracht werden. Insoweit handelt sich um echte Willenserklärungen, da der Computer keine autonome Entscheidung trifft, sondern lediglich logische Operationen aufgrund menschlicher Bedienungsanleitung ausführt. Eingabefehler wirken sich dabei zwangsläufig auf das Endprodukt aus. (siehe dazu Staudinger/Singer, Vorb. 57 zu §§ 116 - 144).

Dementsprechend wird vertreten, dass ein Erklärungsirrtum auch vorliegen kann, wenn durch Datenverarbeitungsanlagen gefertigte Willenserklärungen versehentlich fehlerhafte eingegebene Daten ohne Veränderung wiedergeben, z. B. falsche Zahlen (Siehe dazu Soergel/Hefermehl, § 119, Rn. 11; OLG Hamm NJW 1993, 2321; OLG Köln, NVersZ 2001, 351).

Allerdings kann nicht jede fehlerhafte Dateneingabe zur Anfechtung unter dem Gesichtspunkt des Erklärungsirrtums berechtigen. Die allgemeinen Grundsätze, wonach der Irrtum gerade in der Erklärungshandlung (Versprechen, Verschreiben oder Vertippen und Vergreifen) vorliegen muss, sind nicht außer Kraft gesetzt. Der teilweise in der Diskussion vertretenen Auffassung, wonach die fehlerhafte Dateneingabe aufgrund zuvor handschriftlich falsch übertragenen Zahlenmaterials oder falscher Berechnungen ebenfalls als Erklärungsirrtum zu behandeln sei, kann nicht gefolgt werden. So ist festzustellen, dass die Abgrenzung „zwischen Verlesen und Verschreiben in solchen Grenzfällen an Überzeugungskraft“ verliert. Allerdings ist das die Konsequenz der Unterscheidung von Motiv- und Erklärungsirrtum, die wiederum aus Rechtssicherheitsgründen auch in Grenzsituationen nicht aufgeweicht werden sollte (so Staudinger/Singer, a.a.O., § 119 BGB, Rn. 34).

Bei der fehlerhaften Übertragung von Daten dürfte dann, wenn es sich nicht um ein Vertippen handelt von einem unbeachtlichen Motivirrtum auszugehen sein.

## V.

Wie werden die Allgemeinen Geschäfts- bzw. Reisebedingungen bei telefonischen Buchungen aufgrund der Werbung in Urlaubsfernsehsendungen oder Dauerwerbungen wirksam in einen Reisevertrag einbezogen?

Die wirksame Einbeziehung Allgemeiner Reisebedingungen richtet sich nach den §§ 305 Satz 2, 310 Abs. 1 BGB. Das bedeutet:

- ausdrücklicher Hinweis oder Aushang
- Möglichkeit zumutbarer Kenntnisnahme

Diese Hürde wird heute typischerweise genommen, sofern Reisen auch über Internetplattformen vertrieben werden. Schon bei Ausfüllen der Buchungsmaske wird auf die Verbindlichkeit der Reisebedingungen hingewiesen, auf der Seite mit der Buchungsmaske sind die AGB durch einen Button oder durch ein teilgeöffnetes Fenster abrufbar. Die Buchung kann im Regelfall elektronisch nur übermittelt werden, wenn zuvor der Kunde bestätigt hat, dass er mit der Einbeziehung der AGB einverstanden ist.

Schwieriger liegt es bei fernmündlichen oder gemischt elektronisch und fernmündlich abgegebenen Willenserklärungen, die auf einen Vertragsschluss gerichtet sind. Dies kommt vor allem bei Angeboten vor, die über Urlaubskanäle oder Dauerwerbeseinrichtungen vertrieben werden.

Eine Möglichkeit des Anbieters ist es, dem Kunden schon bei Wahrnehmung des Werbeangebotes über die Videotextseiten Zugang zu den Allgemeinen Reisebedingungen zu verschaffen. Dabei dürfte allerdings berücksichtigt werden müssen, dass nach wie vor eine Vielzahl von Endgeräten auf dem Markt ist, die nicht einmal über Videotext verfügen.

Bei über das Internet angebahnten Vertragsabschlüssen muss jedenfalls nach herrschender Auffassung der ausdrückliche Hinweis auf die AGB des Veranstalters entweder im Buchungsformular oder auf der vorhergehenden Bildschirmseite erfolgen. Bei Teleshopping aufgrund einer laufenden Verkaufssendung unter Angabe von Bestelltelefonnummern muss der ausdrückliche Hinweis auf die AGB entweder ständig auf dem Bildschirm ablaufen oder telefonisch bei Abgabe der Bestellung erfolgen (vgl. hierzu Köhler, NJW 1998, 185). Häufig übersehen wird der Umstand, dass der Hinweis bei Vertragsabschluss erfolgen muss. Da „bei“ nicht gleichbedeutend mit „vor“ ist, genügen Hinweise bei früheren Kontakten nicht.

Bei fernmündlichen Vertragsabschlüssen besteht regelmäßig nicht die Möglichkeit dem Kunden bei Vertragsabschluss eine Gelegenheit zur Kenntnisnahme der AGB zu verschaffen.

Aufgrund des Vorrangs der Individualabrede steht es den Parteien dann natürlich frei, zu vereinbaren, dass die endgültige Buchungserklärung erst erfolgen soll, wenn dem Kunden die AGB übermittelt wurden. Eine solche Verfahrensweise wird aber in der Regel den Interessen der Vertragsparteien an einem alsbaldigen endgültigen Vertragsabschluss und schneller Leistung insbesondere bei sehr kurzfristigen Buchungen nicht gerecht.

Die Obliegenheit des Verwenders, eine zumutbare Kenntnisnamemöglichkeit zu verschaffen, bezweckt die Herstellung der inhaltlichen Überprüfbarkeit der AGB. Da aber die Überprüfung durch den Kunden nicht zwingend vorgeschrieben ist, muss dem Kunden das Recht eingeräumt sein, mit dem Verwender eine individuelle Vereinba-

rung dahingehend zu treffen, dass er auf die Kenntnisnamemöglichkeit verzichtet oder ihm die einbezogenen AGB umgehend nach Vertragsabschluss übersandt werden (so Ulmer, § 2 AGBG, Rn. 49; MünchKomm/Basedow, § 305 AGBG, Rn. 63, Staudinger/Schlosser, § 2 AGBG, Rn. 33; Ehrmann/ Rohlof, § 305 BGB, Rn. 36).

Man wird hier kritisch überprüfen müssen, ob bei dem jeweiligen Veranstalter oder in den Call-Centern eine entsprechende Handhabung praktiziert wird. Sinnvollerweise sollte dies auch dokumentiert werden. Eine nicht klare Umsetzung des zuvor aufgezeigten Weges geht zu Lasten des Veranstalters.

## VI.

Wer ist bei sogenannten Online- bzw. Internetbuchungen Reiseveranstalter, wenn es zur datenverarbeitungstechnischen Bündelung von Reiseleistungen durch die jeweilige Internetplattform kommt?

Die allgemeinen Grundsätze zum Begriff des Reiseveranstalters sind hinreichend geklärt. Reiseveranstalter ist derjenige, der eine Gesamtheit von Reiseleistungen als eigene vermarktet, das heißt, wer in eigener Verantwortung eine Anzahl von Reiseleistungen im Vorhinein auswählt, sie aufeinander abstimmt, zu einer Einheit verbindet und sie nach einem vorher festgelegten sowie ausgeschriebenen Programm zu einem einheitlichen Preis anbietet (so LG Dresden, Urt. v. 27.11.2002 – 8 U 2423/01 RRa 2003, 32 ff. m.w.N.). Danach fehlt es an einer Bündelung von Reiseleistungen gerade dann, wenn die Reise erst „auf Veranlassung nach Wunsch des Reisenden zusammengestellt wird“. Letztlich sei der Inhalt der getroffenen vertraglichen Vereinbarung maßgeblich, der nach § 133 und § 157 BGB aus Sicht des Reisenden als Erklärungsempfänger auszulegen ist.

Weiter geht der Europäische Gerichtshof. In seiner Entscheidung vom 30.04.2002 – Rs. C 400/00 gibt er zur Auslegung der Begriffe in Art. 2 Nr. 1 der Richtlinie – dort zum Begriff „*im Voraus festgelegte Verbindung*“ vor, dass dieser Begriff die Verbindung von touristischen Dienstleistungen einschließt, die in dem Zeitpunkt vorgenommen wird, in dem der Vertrag zwischen dem Reisebüro und dem Verbraucher geschlossen wird.

Vor diesem Hintergrund ist folgende Entwicklung bedeutsam: Das Internet bietet eine unübersehbare Vielzahl von Möglichkeiten Pauschalreiseziele auszuwählen, Vakanzen zu prüfen und Buchungen vorzunehmen. Neben den entsprechenden Auftritten der Veranstalter selbst sowie großer Online-Vermittler wie Opodo, Expedia oder Otto-Reisen haben viele kleinere und mittlere Reisebüros und Zusammenschlüsse von Reisebüros eigene Internetplattformen. Über diese können nach Eingabe bestimmter Kenndaten Reiseziele, -zeiten und sonstige Reisedaten individualisiert und einem Buchungsvorgang zugeführt werden. Dabei gibt es Kooperationen und Anbieter, die sich wiederum an private Betreiber von Internetseiten wenden und diesen, sofern sie über ihre Seiten Angebote ins Netz stellen und darüber Buchungen geriert werden, Provisionen versprechen. Damit tummelt sich zwischenzeitlich eine Vielzahl von professionellen Anbietern und „Privatleuten“ in dem Segment des Reisemittlers, in dem von einem vorgefertigten Software-Paket, das Verbindungen zu bestimmten Buchungsprogrammen herstellt, Gebrauch gemacht wird.

Es gibt eine große Zahl von Internetplattformen, die sich des sogenannten „Dynamic Packaging“ o.ä. Systeme bedienen. Ein Kunde, der sich zur Realisierung seiner Reisewünsche einer entsprechenden Internetplattform bedient und dabei durchaus auf der Suche nach günstigen Pauschalreisen ist, gelangt beispielsweise durch Anklicken des Buttons „Pauschalreise“ und die Eingabe von Suchkriterien unter Beachtung der üblichen zuvor dargestellten Masken zu konkreten Leistungsangeboten. Bei diesen Angeboten wird am Ende dann darauf hingewiesen, dass der Flug von dem Veranstalter A und die Hotelunterbringung von dem Veranstalter B stammen. Der jeweilige Anbieter der Internetplattform teilt dann ergänzend ausdrücklich mit, er sei lediglich Reisemittler.

In dieser Konstellation wird man nicht auf den weiten Veranstalterbegriff des Europäischen Gerichtshofs zurückgreifen müssen, um die Veranstaltereigenschaft des vermeintlichen Reisemittlers bejahen zu können. Hier wird die These vertreten, dass bei der Zusammenstellung/Bündelung von Reiseleistungen unter dem Button „Pauschalreise“ und der Ausweisung eines „Gesamtpreises“ der Betreiber der Internetplattform und damit der vermeintliche Reisemittler als Veranstalter anzusehen ist. Aus der maßgeblichen Sicht des Kunden, wird diesem letztlich eine Pauschalreise zu einem Gesamtpreis angeboten. Hier wird man im Einzelfall die jeweilige Gestaltung des Internetauftrittes kritisch prüfen müssen.

Im Rahmen einer derartigen Konstellation ist ein Reisemittler vor dem Amtsgericht Köln wegen Mängeln der Reise verklagt worden. Den beiden „Veranstaltern“, die die Flug- bzw. Unterbringungsleistung zu erbringen hatten, ist der Streit verkündet worden. Gegen den Reisemittler erging ein Versäumnisurteil, obwohl der Mangel der Reise schon nach dem Klagevortrag eindeutig demjenigen Veranstalter zuzuordnen war, der hier die Flugleistung beigesteuert hat. Das Gericht ging also offensichtlich von einer schlüssig vorgetragenen Veranstalterstellung des vermeintlichen Reisemittlers aus (AG Köln, Az.: 111 C 629/04).

Im Zusammenhang mit der elektronischen Bündelung von Reiseleistungen werden sich in naher Zukunft noch viele weitere Fragen stellen. Insbesondere geht es um die Frage des Rechtsverhältnisses zwischen den beteiligten Leistungsanbietern zum Anbieter der Internetplattform und ggf. auch untereinander.

