

- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. -

- Alkoholversand und Jugendschutz - Rechtsrahmen und Vorschlag für ein Best Practice

Berlin, 2. Mai 2019

Ansprechpartner: RA Sebastian Schulz, Leiter Rechtspolitik & Datenschutz, sebastian.schulz@bevh.org

1. Rechtsrahmen

a. Gesetzliche Vorgaben

- § 1 Abs. 4 Jugendschutzgesetz (JuSchG) lautet:

*Versandhandel im Sinne dieses Gesetzes ist jedes entgeltliche Geschäft, das im Wege der Bestellung und Übersendung einer Ware durch Postversand oder elektronischen Versand ohne persönlichen Kontakt zwischen Lieferant und Besteller oder ohne dass durch technische **oder sonstige Vorkehrungen** sichergestellt ist, dass kein Versand an Kinder und Jugendliche erfolgt, vollzogen wird.*

- § 2 Abs. 2 JuSchG lautet:

*Personen, bei denen nach diesem Gesetz Altersgrenzen zu beachten sind, haben ihr Lebensalter auf Verlangen in geeigneter Weise nachzuweisen. Veranstalter und Gewerbetreibende haben **in Zweifelsfällen** das Lebensalter zu überprüfen.*

- § 9 Abs. 1 JuSchG lautet:

*In Gaststätten, Verkaufsstellen oder **sonst in der Öffentlichkeit** dürfen*

1. Bier, Wein, weinähnliche Getränke oder Schaumwein oder Mischungen von Bier, Wein, weinähnlichen Getränken oder Schaumwein mit nichtalkoholischen Getränken an Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren,

*2. andere alkoholische Getränke oder Lebensmittel, die andere alkoholische Getränke in nicht nur geringfügiger Menge enthalten, an Kinder und Jugendliche weder **abgegeben** noch darf ihnen der Verzehr gestattet werden.*

b. Ausgewählte Gerichtsentscheidungen zum Jugendschutz im Versandhandel

- (1) Der **BGH** hatte mit Urteil vom 12.7.2007 (I ZR 18/04) festgestellt, dass im Falle des Versands von Trägermedien mit jugendgefährdendem Inhalt ein zweistufiges Altersverifikationssystem anzuwenden ist. Neben der Überprüfung der Volljährigkeit im Zeitpunkt der Bestellung müsse sichergestellt werden, dass der Datenträger dem volljährigen Kunden persönlich ausgehändigt wird. Als Begründung führte der BGH den Schutzzweck des JuSchG an, wonach Minderjährige jugendschutzrelevante Medieninhalte gar nicht erst wahrnehmen sollen. Das **OLG Frankfurt am Main** hatte sich mit Urteil vom 7.8.2014 (6 U 54/14) dieser Rechtsauffassung angeschlossen. Mit der Rechtmäßigkeit des Anbietens von Alkohol im Versandhandel hatten sich die Gerichte nicht zu befassen.
- (2) Zeitlich vorher hatte das **OLG München** mit Urteil vom 29.7.2004 (29 U 2745/04) entschieden, dass Versandhandel i. S. d. § 1 Abs. 4 JuSchG nur dann vorliege, wenn es *sowohl* am persönlichen Kontakt zwischen Lieferant und Besteller *als auch* an technischen oder sonstigen Vorkehrungen fehlt, durch die sichergestellt ist, dass kein Versand an Kinder und Jugendliche erfolgt. Der Begriff des Versands an Kinder und Jugendliche in § 1 Abs. 4 JuSchG erfasse nicht allein den Vorgang des Absendens, sondern den gesamten Ablauf der Übermittlung einschließlich des Eintreffens in der Sphäre des Empfängers. Die Übermittlung von DVDs mittels eines an einen Erwachsenen adressierten einfachen Briefs stelle nicht sicher, dass kein Versand an Kinder und Jugendliche erfolgt.
- (3) Mit Beschluss vom 13.8.2007 (Az. 4 HKO 120/07) hatte das **LG Koblenz** entschieden, dass die Restriktionen des Jugendschutzgesetzes nur dort für den Versandhandel gelten, wo das JuSchG den Begriff „Versandhandel“ explizit verwendet. Da der Begriff „Versandhandel“ allein in § 12 JuSchG (Bildträger), § 15 JuSchG (Jugendgefährdende Trägermedien) und – mittlerweile – in § 10 JuSchG (Tabakwaren) genannt sei, nicht aber in § 9 JuSchG (Alkohol), müsse davon ausgegangen werden, dass der Gesetzgeber die besonderen Restriktionen des Jugendschutzgesetzes gerade nicht auf den Versandhandel mit Alkohol übertragen wollte.
- (4) Nach einer jüngeren rechtskräftigen Entscheidung des **LG Bochum** (Urt. v. 23.1.19 – 13 O 1/19) ist das Abgabeverbot des § 9 Abs. 1 JuSchG auf den Versandhandel unmittelbar anwendbar. Zugleich bestehe ein grundsätzliches Werbeverbot für alkoholische Getränke. Ausweislich des Tenors der Entscheidung sei der Versandhandel mit alkoholischen Getränken nur zulässig, wenn der Versandhändler ein zweistufiges Verifikationsverfahren einhalte. Je nach Alkoholgehalt des verkauften Artikels müsse auf der ersten Stufe („vor dem Versand“) „zuverlässig sichergestellt [werden]“, dass

der Verbraucher entweder das 16. oder das 18. Lebensjahr vollendet hat. Dieser Vorgabe könne der Versandhändler „exemplarisch“ durch das Verfahren POST IDENT nachkommen. Eine bloße Altersabfrage oder ein Hinweis, dass Alkohol nur an Volljährige verkauft würde, genüge hingegen nicht. Auf der zweiten Stufe müsse „regelmäßig sichergestellt“ werden, dass der Alkohol dem volljährigen Kunden, an den [er] adressiert ist, „persönlich ausgehändigt wird“. Hierfür komme exemplarisch die Zusatzleistung „Persönliche Übergabe“ von DHL in Betracht. Unzureichend sei hingegen ein alleiniger Hinweis auf der Versandverpackung, wonach das Paket nur Volljährigen übergeben werden dürfe.

c. Rechtsauffassung der Obersten Landesjugendbehörden

Mit **Beschluss vom 16./17. März 2017** haben die für den Vollzug des JuSchG zuständigen obersten Landesjugendbehörden Hinweise zur Einhaltung der Bestimmungen des JuSchG herausgegeben. Ein ausdrückliches Verbot des Versandhandels mit Alkohol habe der Gesetzgeber zwar nicht geschaffen. Allerdings sei „die Auslieferung im Versandhandel“ sowohl vom Normzweck als auch vom Wortlaut des § 9 Abs. 1 Nr. 1 JuSchG erfasst: Auch der Versand von Alkohol stelle eine „Abgabe in der Öffentlichkeit“ im Sinne der Norm dar. Als Folge dessen habe der Versandhändler dafür Sorge zu tragen, dass „keine Auslieferung an Minderjährige“ erfolgt. Ein geeignetes Mittel sei bspw. der Ident-Check der DHL, bei dem Volljährigkeit und Identität im Zeitpunkt der Übergabe überprüft werden. Anders als das LG Bochum lassen die Überwachungsbehörden ein kombiniertes Verfahren im Zeitpunkt der Übergabe genügen.

d. Rechtliche Beurteilung

Bereits das Zusammenspiel der einschlägigen rechtlichen Vorgaben ist inkonsistent und diskriminiert den Versandhandel gegenüber anderen Vertriebswegen. Während nach der Grundsatzregelung des § 2 Abs. 2 S. 2 JuSchG Gewerbetreibende allein „in Zweifelsfällen“ das Lebensalter zu überprüfen haben, gilt gemäß der Begriffsdefinition des § 1 Abs. 4 JuSchG der Versandhandel mit Waren, die einer Altersbeschränkung unterliegen, ausnahmsweise nur dann als zulässig, wenn „durch technische oder sonstige Vorkehrungen sichergestellt ist, dass kein Versand an Kinder und Jugendliche erfolgt.“ Diese Pflicht zur Sicherstellung beinhaltet entgegen der grundsätzlichen Regelung des § 2 Abs. 2 S. 2 JuSchG („im Zweifel“) die ausnahmslose Verpflichtung für Versandhändler, eine Altersüberprüfung vorzunehmen.

Mit Blick auf die Rechtsprechung sind bezogen auf den Versandhandel mit Alkohol allein die ergangenen Urteile der Landgerichte Koblenz und Bochum heranzuziehen. Ein Verweis auf die Rechtsprechung zum Jugendschutz im Zusammenhang mit dem

Versandhandel von Trägermedien verbietet sich aufgrund des eindeutigen Wortlauts von § 9 Abs. 1 JuSchG, insbesondere aber wegen der unterschiedlichen Schutzzwecke der Normen. Während im Falle von Trägermedien mit jugendgefährdenden Inhalten Minderjährigen schon die Kenntnis von der Existenz solcher Medien verwehrt werden soll, zielt das Gesetz im Falle des Versandhandels mit Alkohol auf die Verhinderung der *Abgabe* an Minderjährige ab. Zieht man eine Parallele zum stationären Einzelhandel, bestätigt sich diese Differenzierung: Minderjährige sollen nicht in den Besitz alkoholischer Getränke gelangen. Im Zusammenhang mit alkoholischen Getränken wird durch das Jugendschutzgesetz nicht das Verpflichtungsgeschäft, sondern das Verfügungsgeschäft reglementiert. Vom Wortlaut des § 9 JuSchG hingegen nicht erfasst ist das schlichte Bewerben von Alkohol sowie das Anbieten zum Zwecke des Abschlusses eines Kaufvertrages. Die Grenze zulässiger Werbung wird hier allein durch § 5 Abs. 6 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag gezogen. Das Urteil des LG Bochum ist an dieser Stelle schlicht falsch.

Auch soweit man, wie etwa das LG Bochum oder die Obersten Landesjugendbehörden, den Anwendungsbereich von § 9 JuSchG auf den Versandhandel erstreckt, kommt man zu keinem anderen Ergebnis. Gemäß § 1 Abs. 4 JuSchG ist nur dann von einem unzulässigen Versandhandel auszugehen, wenn der Versender auf technische oder sonstige Vorkehrungen verzichtet hat und somit der *Versand* an Kinder und Jugendliche nicht ausgeschlossen werden kann. Gemeint ist auch hier, dass die *Aushändigung* eines Pakets mit alkoholischen Getränken an Minderjährige vermieden werden soll und nicht bereits das Anbieten im Webshop. Auch insoweit kann eine Parallele zum stationären Einzelhandel gezogen werden: Auch hier ist das Bereitstellen und Bewerben von Alkoholika unzweifelhaft gestattet. Erst an der Kasse, d.h. dem Zeitpunkt des Verfügungsgeschäfts, setzt das JuSchG an und untersagt eine Abgabe an Minderjährige.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass auf Grundlage des JuSchG für den Fall des Versands von Alkohol nicht von dem Erfordernis einer zweistufigen Altersverifikation ausgegangen werden kann. Wie im stationären Einzelhandel ist auch im Versandhandel allein sicherzustellen, dass alkoholische Getränke nicht an Minderjährige abgegeben werden. Soweit das LG Bochum dennoch ein zweistufiges Verfahren für erforderlich erachtet, entspricht dies nicht den gesetzlichen Vorgaben.

Dieser Verpflichtung kann – analog dem Verfahren im stationären Einzelhandel – bereits im Wege der Inaugenscheinnahme der Person des Empfängers nachgekommen werden. Ein solches Vorgehen widerspricht auch nicht den Vorgaben des JuSchG, da ausweislich § 1 Abs. 4 durch „technische *oder sonstige Vorkehrungen*“ sicherzustellen ist, dass kein Versand an Minderjährige erfolgt. Allein in Zweifelsfällen (§ 2 Abs. 2 S. 2

JuSchG) muss im Zeitpunkt der Übergabe des Paketes eine eindeutige Altersverifikation, z.B. durch Vorlage des Personalausweises oder eines anderen Legitimationsdokumentes, erfolgen. Eine ausnahmslose Pflicht zur Offenlegung der Identität des Empfängers ist weder erforderlich noch ist ein solches Vorgehen datenschutzrechtlich zu rechtfertigen. Steht die Volljährigkeit des Paketempfängers nach dessen äußerem Erscheinungsbild bzw. aus anderen Gründen, z.B. infolge der persönlichen Bekanntschaft oder einer bestehenden Kundenbeziehung, als gesichert fest, fehlte es datenschutzrechtlich an der Erforderlichkeit einer weitergehenden Datenverarbeitung durch den Paketzusteller.

2. Vorschlag für ein Best Practice

Ausgehend von der Annahme, dass im Bereich des Versandhandels mit Alkohol eine Sicherstellung des erforderlichen Mindestalters (16 bzw. 18 Jahre) im Zeitpunkt der Übergabe des Paketes hinreichend ist, wird ein **risikobasierter Ansatz** nach folgendem Muster vorgeschlagen:

- (1) **Bestandskunden** können weiterhin auch ohne gesonderte Prüfung und ggf. Dokumentation des Alters beliefert werden. Das erforderliche Mindestalter gilt als bekannt.
- (2) Lieferungen an **Neukunden** dürfen nur bei Durchführung einer Alterskontrolle durch den Zusteller erfolgen. Eine solche Alterskontrolle gilt als durchgeführt, wenn der Zusteller aufgrund der Gesamtumstände eindeutig davon ausgehen darf, dass die Empfangsperson das Mindestalter erreicht hat. In Zweifelsfällen ist das erforderliche Mindestalter durch Vorlage eines amtlichen Lichtbilddokuments nachzuweisen. Zu keinem Zeitpunkt erfolgt eine Dokumentation des Alters.
- (3) **In allen Fällen** sind die Versandverpackungen mit einem deutlich sichtbaren Warnaufdruck zu versehen, der darauf hinweist, dass das Paket nicht an Minderjährige weitergegeben werden darf. Z.B.: „Alkoholische Getränke: Darf nicht an Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren ausgehändigt werden.“
- (4) **In allen Fällen** hat spätestens im Zeitpunkt des Abschlusses der Bestellung der Hinweis auf die Möglichkeit der Durchführung einer Alterssichtprüfung bei Übergabe des Pakets zu erfolgen. Ein solcher Hinweis hätte abschreckendes Potential und reduzierte abermals die Gefahr einer Bestellung von Alkohol durch Minderjährige.

Fragen der Zulässigkeit der Zustellung an Packstationen bzw. der Ablage an Ablageorten sind gesondert zu beleuchten.