



Das Türkische Gewährleistungsrecht im Online-Handeln*

Türk Hukukuna Göre Elektronik Ticarete Ayıba Karşı Sorumluluk

Prof. Dr. Hanife ÖZTÜRK AKKARTAL**

Kurzfassung

Viele Waren und Dienstleistungen sind heute weltweit von überall aus zugänglich. Diese Situation ist sowohl für Unternehmen, die Waren und Dienstleistungen anbieten, als auch für Verbraucher, die diese in Anspruch nehmen, von großem Nutzen. Allerdings ist die Anzahl der Menschen, die aufgrund mangelhafter Waren und Dienstleistungen, die von Verkäufern auf E-Commerce-Plattformen angeboten werden, Schaden erleiden, gestiegen. Daher hat die Verantwortung der Dienstleister und Vermittler im elektronischen Handel gegenüber Verbrauchern besondere Bedeutung erlangt. Das türkische Gesetz über die Regulierung des elektronischen Handels (E-Handel-Gesetz) wurde am 23. Oktober 2014 erlassen. Ziel dieses Gesetzes ist die Regelung der Grundsätze und Verfahren des elektronischen Handels. Die Vorschriften basieren hauptsächlich auf der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft – insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs – im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“. Im Falle von Mangel der On-line angebotenen Waren und Dienstleistungen werden neben den Haftungsbestimmungen des türkischen Obligationenrechts die Bestimmungen des Gesetzes über die Regelung des elektronischen Handels und der Richtlinie über Dienstleister und Vermittlungsdienstleister im elektronischen Handel angewendet.

* Bu makale, 23 ve 24 Kasım 2023 tarihinde Viyana’da gerçekleştirilen “Symposium zum Thema Das neue Europäische Gewährleistungsrecht, Umsetzung und Wirkung in den Zentral- und Osteuropäischen Staaten” adlı sempozyumda sözlü olarak sunulmuştur.

** Balıkesir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Medeni Hukuk Anabilim Dalı Öğretim Üyesi (e-posta/ e-mail: hanife.akkartal@balikesir.edu.tr ORCID: 0000-0001-8817-9153).

Bu makale, intihal programında taranmış ve iki (kör) hakem incelemesinden geçmiştir. This article was submitted in a plagiarism program and reviewed by two (blind) referees.

Atıf/Cite as: Hanife Öztürk Akkartal, ‘Das türkische Gewährleistungsrecht im Online-Handeln’, (2025) 2 [1] BAÜNHD.



Bu makale Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası lisansı ile lisanslanmıştır.

Schlagwörter: Online Handel, Gewährleistung, Verbraucher, Dienstleister im elektronischen Handel, Vermittlungsdienstleister im elektronischen Handel.

Öz

İnternet sayesinde birçok ürün ve hizmet, dünyanın her yerinden erişilebilir hale gelmiştir. Bu durum, hem ürün ve hizmet sunan işletmeler hem de bunlardan faydalanan tüketiciler için büyük bir avantaj sağlamaktadır. Ancak, e-ticaret platformlarında satıcılar tarafından sunulan ayıplı mal ve hizmetler nedeniyle zarara uğrayan kişi sayısı da artmıştır. Bu sebeple, elektronik ticarete hizmet sağlayıcılarının ve aracılardan tüketicilere karşı sorumluluğu büyük bir önem kazanmıştır. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (E-Ticaret Kanunu), 23 Ekim 2014 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun amacı, elektronik ticaretin usul ve esaslarını düzenlemektir. Kanun hükümleri, büyük ölçüde 8 Haziran 2000 tarihli ve Avrupa Parlamentosu ile Konseyi tarafından çıkarılan 2000/31/EC sayılı, Bilgi Toplumu Hizmetlerinin – Özellikle İç Pazarda Elektronik Ticaretin – Bazı Hukuki Yönleri Hakkında Direktife (“Elektronik Ticaret Direktifi”) dayanmaktadır. Türk hukukunda, elektronik ticaret aracılığı ile sunulan mal ve hizmetlerin ayıplı olması durumunda, Borçlar Kanunu’nda yer alan ayıba karşı sorumluluk hükümleri yanında, Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ve Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik hükümleri uygulama alanı bulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Ticaret, Ayıba Karşı Sorumluluk, Tüketici, Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı, Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı.

EINLEITUNG

Im Internet haben nationale Grenzen ihre Bedeutung verloren. Viele Waren und Dienstleistungen sind heute weltweit von überall aus zugänglich. Diese Situation ist sowohl für Unternehmen, die Waren und Dienstleistungen anbieten, als auch für Verbraucher, die diese in Anspruch nehmen, von großem Nutzen. Besonders während der Pandemie hat der Online-Kauf von Waren und Dienstleistungen deutlich an Bedeutung gewonnen. Selbst nach dem Ende der Pandemie hat der elektronische Handel aufgrund der umfangreichen Möglichkeiten, die dieses System bietet, nicht abgenommen, sondern ist im Gegenteil weiter gewachsen. Tatsächlich ist der E-Commerce zu einem unverzichtbaren Bestandteil unseres Lebens geworden.

Allerdings ist die Anzahl der Menschen, die aufgrund mangelhafter Waren und Dienstleistungen, die von Verkäufern auf E-Commerce-Plattformen angeboten werden, Schaden erleiden, gestiegen. Daher hat die Verantwortung der Dienstleister und Vermittler im elektronischen Handel besondere Bedeutung erlangt.

Dennoch gestaltet es sich für Länder als schwierig, die Verantwortung global operierender Unternehmen wie Amazon, Airbnb, eBay, Uber und Booking.com gemäß ihren eigenen bestehenden Inlandsgesetzen zu regulieren.

Zusätzlich machen rechtliche Lücken und Inkonsistenzen in lokalen Gesetzen es schwer, Käufer effektiv zu schützen, insbesondere wenn es um mangelhafte Waren und Dienstleistungen geht, die von Lieferanten/Verkäufern aus anderen Ländern angeboten werden.

Am 24. Februar 2020 wies der Europäische Verbraucherverband darauf hin, dass 66% von 250 elektronischen Geräten, Spielzeugen und Kosmetikprodukten, die über Online-Marktplätze wie Amazon, eBay, Aliexpress und Wish gekauft und getestet wurden, nicht mit den EU- Sicherheitsvorschriften übereinstimmten.

In diesem Zusammenhang ist es wichtig zu klären, wer die Verantwortung trägt, wenn beispielsweise ein in China hergestelltes elektronisches Gerät, das einem Verbraucher in der Türkei Schaden zufügt, über Plattformen wie Amazon oder Trendyol gekauft wurde. Es kann jedoch schwierig sein, die echten Identitäts- und Kontaktinformationen des Verkäufers zu erhalten.

Selbst wenn diese Informationen verfügbar sind, wäre es äußerst schwierig und kostspielig, in einem anderen Land rechtliche Schritte gegen den Verkäufer einzuleiten, die Klage zu gewinnen und das Urteil im Land des Lieferanten/Verkäufers durchzusetzen. In diesem Zusammenhang gibt dieser Vortrag einen allgemeinen Überblick über die Regelungen im türkischen Recht hinsichtlich des Verbraucherschutzes beim Online-Handel.

I. DER BEGRIFF „ELEKTRONISCHER HANDEL“

Das türkische Gesetz über die Regulierung des elektronischen Handels (E-Handel-Gesetz), dessen Zweck die Regulierung der Grundsätze und Verfahren des elektronischen Handels ist, wurde am 23. Oktober 2014 erlassen.

Die Vorschriften des Gesetzes sind hauptsächlich von der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) übernommen.

Gemäß Art. 2 Abs. 1 Buchst. a des Gesetzes wird E-Handel als alle kommerziellen und wirtschaftlichen Online-Aktivitäten definiert, bei denen die Beteiligten nicht in direktem physischen Kontakt stehen, sondern miteinander auf elektronischem Wege verkehren.

Bei Online-Plattformen werden die Verträge zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen.

Gemäß Artikel 48 Abs. 1 des türkischen Verbraucherschutzgesetzes handelt es sich bei Fernabsatzverträgen um Verträge, die im Rahmen eines Systems geschlossen werden, das für den fernmündlichen Verkauf von Waren oder Dienstleistungen eingerichtet wurde. Dabei sind weder Verkäufer oder Anbieter noch Verbraucher gleichzeitig physisch anwesend. Dieser Vertragsschluss erfolgt unter Verwendung von Fernkommunikationsmitteln, die vom Zeitpunkt der Anbahnung des Vertragsschluss bis zum Zeitpunkt des eigentlichen Vertragsschlusses eingesetzt werden, einschließlich des Zeitpunkts des Vertragsschlusses.

E-Handel-Transaktionen zwischen Unternehmen werden als Business-to-Business (B2B) bezeichnet. Wenn E-Handel-Transaktionen zwischen Unternehmen und Verbraucher stattfinden, werden sie als Business-to-Consumer (B2C) bezeichnet.¹

II. VERMITTLUNGSDIENSTLEISTER BEIM ELEKTRONISCHEN HANDEL

A. Im Allgemeinen

Plattformen für elektronischen Handel wie *Amazon* und *Trendyol* bringen Käufer und Verkäufer über das Internet zusammen, um den Vertragsabschluss und dessen Erfüllung zu erleichtern.

Gemäß Art. 4 Abs. 1 Buchst. (f) der Richtlinie über Dienstleister und

¹ Bei dem Plattformmodell Consumer-to-Consumer (C2C) handeln die Vertragsparteien nicht aus beruflichen oder kommerziellen Gründen. Hier können ausschließlich Verbraucher anbieten und bestellen. Bei diesen Kauf- und Verkaufstransaktionen, an denen ausschließlich Verbraucher beteiligt sind, handelt es sich im Allgemeinen um Plattformen, die darauf abzielen, eine gewisse Provision auf den Preis zu erhalten und tatsächlich nicht über die bloße Vermittlung hinausgehen. Siehe: Gamze Turan, 'Elektronik Sözleşmeler ve Elektronik Sözleşmelere Uygulanacak Hukukun Tespiti' [2008] Türkiye Barolar Birliği Dergisi 87, 90 f.; Erdem Büyüksağış und Defne Kahveci, 'E-Ticaret Platformlarının Satılanın Ayıplarından Sorumluluğu' (2022) 19(3) Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 125, 130 f.; Burcu Sırış, 'Yargıtay'ın "Çiçeksepeti Kararı" Işığında Elektronik Ticarete Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Sorumluluğu Hakkında Değerlendirmeler' (2023) 9(2) Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 363, 368 f.

Vermittlungsdienstleister im elektronischen Handel vom 29. Dezember 2022 ermöglicht ein E-Handel-Vermittlungsdienstleister den Abschluss von Verträgen oder die Erteilung von Bestellungen für die Lieferung von Waren oder Dienstleistungen von E-Handel-Dienstleistern auf dem E-Handel-Marktplatz.

Art. 4 Abs. 1 Buchst. (h) der Richtlinie definiert E-Handel-Dienstleister als den Dienstleister, der einen Vertrag abschließt oder einen Auftrag zur Lieferung von Waren oder Dienstleistungen auf dem E-Handel-Marktplatz oder in seiner eigenen E-Handel-Umgebung erhält.

In diesem Kontext setzen Vermittlungsdienstleister das Plattformmodell um, während Dienstleister diejenigen sind, die ihre Dienstleistungen oder Produkte über die Plattform des Vermittlungsdienstleisters anbieten.²

Vermittlungsdienstleister ermöglichen dem Nutzer je nach Art der Geschäftstätigkeit im Kauf-und-Verkaufs-Verhältnis, die Informationsbeschaffung (*Google, YouTube*), die Erbringung bestimmter Dienstleistungen (*Uber, Airbnb, Booking.com*), den Kauf von Waren/Produkten (*Trendyol, Hepsiburada, Ciceksepeti, Amazon, eBay*), sowie Social-Media-Plattformen (*X, Facebook, LinkedIn*) und Investment- und Crowdfunding-Plattformen (*Garantie BBVA Yatırım, Binance, GoFundMe*).³

Käufer können die gewünschten Produkte über digitale Plattformen kaufen und den Kaufbetrag mit Kreditkarte, virtueller Währung oder per Banküberweisung bezahlen. Im

² Gemäß Art. 3 Buchst. (g) der Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (ABl. L 277 vom 27. Oktober 2022, S. 1) ist „Vermittlungsdienst“ eine der folgenden Dienstleistungen der Informationsgesellschaft: i) eine „reine Durchleitung“, die darin besteht, von einem Nutzer bereitgestellte Informationen in einem Kommunikationsnetz zu übermitteln oder den Zugang zu einem Kommunikationsnetz zu vermitteln, ii) eine „Caching“-Leistung, die darin besteht, von einem Nutzer bereitgestellte Informationen in einem Kommunikationsnetz zu übermitteln, wobei eine automatische, zeitlich begrenzte Zwischenspeicherung dieser Informationen zu dem alleinigen Zweck erfolgt, die Übermittlung der Information an andere Nutzer auf deren Anfrage effizienter zu gestalten, iii) ein „Hosting“-Dienst, der darin besteht, von einem Nutzer bereitgestellte Informationen in dessen Auftrag zu speichern.“

³ Siehe: Büyüksağış und Kahveci (n 4) 130; Dilşad Keskin, ‘TKHK Değişik m. 48 Hükümü Çerçevesinde Aracı Hizmet Sağlayıcının Tüketicilere Karşı Sorumluluğu’ (2022) 26(3) Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 119, 122 f.; Zeynep Özbay Özdoğru, *İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketicilere Karşı Sorumluluğunun Şartları* (On İki Levha Yayıncılık 2022) 32 f.; Erman Ekingen und Miray Özer Deniz, ‘7392 ve 7416 Sayılı Kanunlarla Yapılan Değişikliklerin Aracı Hizmet Sağlayıcı Olarak Çevrimiçi Çok Taraflı Platformların Sorumluluklarına ve Tüketicilere Etkileri’ [2022] Adalet Dergisi 429, 431 ff.; Sırış (n 4) 372.

Gegenzug verpflichtet sich der Verkäufer, das gekaufte Produkt an den Käufer zu liefern. Der Online-Marktplatz kann diese Transaktionen im Auftrag des Verkäufers durchführen.

Durch diese Entwicklung wandelt sich die traditionelle zweidimensionale Beziehung zwischen Käufer und Verkäufer zu einer dreidimensionalen Vertragsbeziehung durch die Teilnahme an einem Online-Marktplatz.

Unternehmen können im Rahmen der verschiedenen Geschäftsmodelle im Zusammenhang mit Online-Verkäufen Dienstleistungen anbieten.⁴ Wenn die Tätigkeit des Anbieters darauf beschränkt ist, ein Kommunikationsnetz zu betreiben und den Zugang zu den von Dritten bereitgestellten Informationen zu vermitteln, ist diese Tätigkeit lediglich technischer, automatischer und passiver Natur, da er keine Kontrolle und Kenntnisse über die weitergeleitete oder gespeicherte Information besitzt. Plattformen wie *Airbnb*, *eBay* und *Sahibinden.com* gelten als passive Online-Plattformen.

Viele Lieferanten/Verkäufer und Käufer agieren unter Pseudonymen auf passiven Online-Plattformen. Diese Plattformen haben keine wirkliche Kontrolle über die Transaktionen zwischen Lieferanten/Verkäufern und Käufern. Zum Beispiel sind *eBay* und *Google* passive und technische Vermittler, die Lieferanten/Verkäufern ermöglichen, Gebote abzugeben, während sie Käufern den Kauf von Waren oder Dienstleistungen jederzeit ermöglichen. Sie verfügen nicht über spezifische Kenntnisse darüber, ob der Verkäufer und der Käufer kompetent sind, Waren zu kaufen und zu verkaufen. Darüber hinaus kann von ihnen nicht erwartet werden, die Zuverlässigkeit der verkauften Waren zu überprüfen. Daher können passive Online-Plattformen wie *eBay* und *Google* nicht als Lieferanten/Verkäufer betrachtet werden. Lieferanten/Verkäufer haben nicht die Verpflichtung zu überprüfen, ob die von ihnen verkauften Waren Sicherheits-, Qualitäts- oder Marktzulassungskriterien erfüllen.

Nimmt ein Unternehmen wie *Amazon*, *Uber*, *Trendyol*, *Gittigidiyor* dagegen aktiv an dem Kaufprozess, etwa durch den Empfang, die Lagerung oder Verpackung der Waren von Lieferanten/Verkäufern sowie durch die Lieferung der Waren an Käufer und das Einziehen der

⁴ Siehe dazu: ErwG. 46 der Verordnung (EU) 2023/988 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. Mai 2023 über die allgemeine Produktsicherheit, zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 1025/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates und der Richtlinie (EU) 2020/1828 des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 2001/95/EG des Europäischen Parlaments und des Rates und der Richtlinie 87/357/EWG des Rates (ABl. 23. Mai 2023 L 135 S. 1).

Zahlungen von Käufern, gilt es auch als der betreffende Wirtschaftsakteur. Dementsprechend variiert seine Verantwortlichkeit.⁵

Der Anbieter des Online-Markplatzes könnte auch Produkte als Händler vertreiben oder eigene Markenprodukte als Hersteller verkaufen. In diesem Fall müsste er die für Händler oder Hersteller geltenden Anforderungen erfüllen.

B. Verpflichtungen des Vermittlungsdienstleisters im Online-Handel

Das E-Handel-Gesetz legt bestimmte Verpflichtungen für natürliche oder juristische Personen fest, die im elektronischen Geschäftsverkehr tätig sind, fest, um das notwendige Vertrauensumfeld für den elektronischen Handel sicherzustellen. Die Verantwortung des Dienstleisters bezieht sich auf die Transaktionen, die in seinem eigenen Bereich stattfinden. Dazu gehören die Präsentation von Informationen, die Benachrichtigung über Bestellungen und die Aufbewahrung von Transaktionsaufzeichnungen.

Gemäß Artikel 3 des Gesetzes besteht die Pflicht für Dienstleister, Informationen bereitzustellen, bevor eine elektronische Handelsaktivität durchgeführt wird.

Dienstleister sind verpflichtet vor Abschluss eines Vertrags, folgende Informationen über elektronische Kommunikationsmittel zur Verfügung zu stellen:

- a) die beschreibenden Informationen über die Käufer, die leicht zugänglich und aktuell

⁵ Siehe: SİRİŞ (n 4) 379. In diesem Zusammenhang ist es wichtig festzustellen, wie stark die Plattform in den Prozess eingreift. Große Online-Plattformen setzen oft ihre eigenen Vertragsbedingungen durch, behalten sich häufig das Recht vor, diese zu ändern, können den Zugang zu Produktlisten aussetzen, löschen oder deaktivieren, Kommunikationskanäle für Feedback mit den Käufern schaffen, Geschäftsmodelle fördern, die die Treue zur Plattform fördern, Bestellungen verarbeiten, Rechnungen erstellen und für jeden Verkauf eine Provision erheben. Gemäß dem Urteil des EuGH vom 9. November 2016 ist der Begriff „Verkäufer“ im Sinne von Art. 1 Abs. 2 Buchst. c der Richtlinie 1999/44 zu bestimmten Aspekten des Verbrauchsgüterkaufs und der Garantien für Verbrauchsgüter dahin auszulegen, dass er auch einen als Vermittler für Rechnung einer Privatperson handelnden Gewerbetreibenden erfasst, der dem Verbraucher/Käufer nicht ordnungsgemäß mitgeteilt hat, dass der Eigentümer der Kaufsache eine Privatperson ist, was das nationale Gericht unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu prüfen hat. Diese Auslegung hängt nicht davon ab, ob der Vermittler für seine Tätigkeit eine Vergütung erhält (Case C-149/15 *Sabrina Wathelet v Garage Bietheres & Fils SPRL* [2016] ECR I). Die Einführung der Verpflichtung für Online-Marktplätze, ihre Lieferanten und Produkte zu überprüfen, entspricht auch den Zielen des türkischen Gesetzes über Produktsicherheit und technische Ordnungsgesetz vom 05. März 2020 und der Richtlinie über Marktüberwachung und Kontrolle vom 14. Juli 2021, sowie der neuen Verordnung (EU) 2019/1020 des europäischen Parlaments und des Rates über die Marktüberwachung und die Konformität von Produkten, die am 16. Juli 2021 in Kraft getreten ist. EU-Verordnung über die Marktüberwachung und die Konformität von Produkten Nr. 2019/1020 vom 20. Juni 2019, ABl. L 169, S. 1.

sind.

b) Informationen zu den technischen Schritten, die für den Abschluss des Vertrags erforderlich sind,

c) Informationen über die Speicherung des Vertragstextes durch den Dienstleister nach Vertragsabschluss sowie Informationen darüber, ob der Käufer zu einem späteren Zeitpunkt darauf zugreifen kann und wie lange diese Zugänglichkeit gewährleistet wird, sowie Informationen über technische Mittel zur klaren Identifizierung und Korrektur von Eingabefehlern,

d) Informationen über die geltenden Datenschutzregeln und gegebenenfalls über alternative Mechanismen zur Streitbeilegung.

Artikel 9 des Türkischen E-Handel-Gesetzes regelt „rechtswidrige Inhalte“ wie folgt:

„(1) Sofern in anderen Gesetzen nichts Abweichendes festgelegt ist, ist der Vermittlungsdienstleister nicht für rechtswidrige Aspekte der vom Dienstleister bereitgestellten Inhalte und der rechtswidrigen Waren oder Dienstleistungen, verantwortlich.

(2) Der Vermittlungsdienstleister im Online-Handel entfernt unverzüglich rechtswidrige Inhalte und teilt diese rechtswidrigen Aspekte den zuständigen öffentlichen Institutionen mit, sobald er von der Rechtswidrigkeit Kenntnis hat.⁶

(3) Der Vermittlungsdienstleister im Online-Handel entfernt unverzüglich die von den Nutzern bereitgestellten Inhalte, die die geistigen und/oder gewerblichen Schutzrechte des Inhabers verletzen, sobald er eine Beschwerde basierend auf Informationen und Dokumenten bezüglich der Verletzung von Rechten erhalten hat, und informiert den Rechtsinhaber und Nutzer.⁷ Wenn der Nutzer Widerspruch einlegt und die Informationen sowie Dokumente bei dem Vermittlungsdienstleister vorlegt, die beweisen, dass die Inhalte nicht rechtswidrig sind,

⁶ Wenn jedoch ein Rechteinhaber dem Vermittler einen Verstoß übermittelt, muss der Vermittler die entsprechende Anzeige entfernen. Tatsächlich entschied der Bundesgerichtshof (BGH) in einem Fall „Rolex v. eBay“ vom 11. März 2004 (I ZR 304/01), dass eBay nach der Meldung von Rolex die Versuche, gefälschte Uhren auf seiner Plattform zu verkaufen, unterbinden sollte.

⁷ Bei Rechtsstreitigkeiten Urheber- und gewerblichen Rechtsverletzungen entscheiden die Gerichte darüber, dass die Online-Plattformen nur dann haftbar gemacht werden können, wenn sie wissen, dass der bereitgestellte Inhalt rechtswidrig ist. Siehe: Urteil des Generalrates für Zivilsachen des türkischen Gerichtshofes vom 15. Januar 2014 YHGK, E 2013/11-1138, K 2014/16, T 15.01.2014; Urteil der 11. Zivilkammer des türkischen Gerichtshofs vom 16. Dezember 2019 Y 11 HD, E 2019/618, K 2019/8167, T 16.12.2019.

werden die betreffenden Inhalte erneut veröffentlicht. Die Beschwerde und der Widerspruch müssen klare Identifikations- und Adressinformationen der betroffenen Parteien, Informationen über das betreffende Produkt sowie Gründe für die Notwendigkeit der Entfernung oder Veröffentlichung des Produkts gemäß den durch die Richtlinie festgelegten anderen Aspekten enthalten. Das Recht der betroffenen Parteien, sich an die allgemeinen Gerichte und Verwaltungsbehörden zu wenden, bleibt unberührt.“⁸

Diesen Vorschriften nach sind Vermittlungsdienstleister nicht verpflichtet, die von den Nutzern bereitgestellten Inhalte im Zusammenhang mit Rechtswidrigkeiten zu überprüfen, die mit den Inhalten oder den damit verbundenen Waren oder Dienstleistungen verbunden sind. Ihre Verantwortung beschränkt sich auf die Bereitstellung von Informationen gemäß der Richtlinie über Dienstleister und Vermittlungsdienstleister im elektronischen Handel und es gilt das sogenannte „Safe-Harbor-Regime“, wie im Artikel 14 Richtlinie 200/31 EG.⁹

Mit dem 2. und 3. Zusatzartikel, die durch das Gesetz vom 01. Juli 2022 zum E-Handel-Gesetz hinzugefügt wurden, werden die Pflichten des E-Handel-Vermittlungsdienstleisters und des E-Handel-Dienstleisters detailliert geregelt. Entsprechende Änderungen wurden auch in den Artikeln 19 und 20 der E-Handel-Richtlinie vorgenommen. Demgemäß ist es unabhängig davon, wer der Hersteller ist, untersagt, Waren, die das Markenzeichen der Plattform selbst oder den Personen innerhalb seiner wirtschaftlichen Einheit gehören oder für die sie das Recht zur Nutzung der Marke haben, auf elektronischen Handelsplattformen zum Verkauf anzubieten oder als Vermittler zu fungieren. Gemäß Artikel 19 Abs. 2 der E-Handel-Richtlinie ist es untersagt, dass Plattformen, auf denen die in Absatz 1 genannten Waren zum Verkauf angeboten werden, Zugänglichkeit zwischen sich gewähren oder gegenseitige Werbung betreiben.¹⁰

Dienstleister und Vermittlungsdienstleister dürfen ohne vorherige schriftliche oder elektronische Zustimmung der Personen, die nicht zu der wirtschaftlichen Einheit des Dienstleisters oder Vermittlungsdienstleisters gehören, ihre Schlüsselwörter von Domainnamen,

⁸ In Artikel 10 der E-Handel-Richtlinie werden rechtswidrige Inhalte im Einklang mit dem Art. 9 des E-Handel-Gesetzes geregelt.

⁹ Siehe auch: Art. 4-6 von VO 2022/2065 EU.

¹⁰ Siehe ausführlich dazu: Ekingen und Özer Deniz (n 6) 461 f.

die im Wesentlichen aus ihren eingetragenen Marken bestehen, nicht in der Werbung oder im Marketing in Online-Suchmaschinen benutzen.¹¹

C. Verantwortung des Vermittlungsdienstleisters

Wie oben dargestellt wurde, werden Vermittlungsdienstleister gemäß dem türkischen Verbraucherschutzgesetz als "Vermittler für den Abschluss von Fernverträgen" betrachtet. Vermittlungsdienstleister, die lediglich Vermittlungsdienste anbieten, sind keine Vertragsparteien des Fernabsatzvertrags zwischen dem Verkäufer oder Dienstleister und dem Verbraucher. Daher beschränken sich ihre Verpflichtungen gemäß dem türkischen Verbraucherschutzgesetz darauf, die Aufzeichnungen der durchgeführten Transaktionen aufzubewahren und diese Informationen auf Anfrage bereitzustellen. Jedoch können sie unter besonderen Umständen wegen der rechtswidrigen Handlungen in Zusammenhang mit dem Vertrag des Verkäufers oder Dienstleisters haftbar gemacht werden.

Vermittlungsdienstleister definieren den Rahmen ihrer angebotenen Dienstleistungen durch Texte wie „Nutzungsbedingungen“ oder „Mitgliedschaftsvereinbarung“,¹² die von Käufern und Verkäufern bestätigt werden. Auf diese Weise wird im Rahmen des türkischen Verbraucherschutzgesetzes eine Dienstleistungsbeziehung zwischen

¹¹ Es wurde behauptet, dass der 2. Zusatzartikel des E-Handelsgesetzes verfassungswidrig sei und somit für nichtig erklärt werden muss. Das Verfassungsgericht entschied jedoch, dass dieser Artikel nicht verfassungswidrig sei und lehnte den Antrag ab. Urteil des Verfassungsgerichts vom 13. Juli 2023 (AYM, E 2022/109, K 2023/125, K 13.07.2023) (Amtsbl, 22. September 2023, Nr. 32317).

¹² In Mitgliedschaftsvereinbarungen zwischen Vermittlungsdienstleistern und Käufern ist es meistens festzustellen, dass Vorschriften zum Haftungsausschluss zugunsten des Vermittlungsdienstleisters angeordnet sind. In diesen Verträgen geben Vermittlungsdienstleister an, dass sie keine Vertragsparteien der Verträge zwischen Verkäufern und Käufern sind und daher der Lieferant/Verkäufer für Mängel an dem verkauften Produkt verantwortlich ist. Die Frage, ob diese Haftungsausschlussvereinbarung gültig ist, ist äußerst komplex. Bei Einkäufen auf einer E-Handel-Plattform markiert der Verbraucher die Kontrollkästchen mit Aussagen wie „Ich habe die Vorabinformationsbedingungen und den Fernabsatzvertrag gelesen und akzeptiert“. Mitgliedschaftsverträge enthalten oft Verweisungsklauseln auf ausländisches Recht als anzuwendendes Recht und Klauseln für Gerichtsstandvereinbarungen. In Verträgen mit einem Auslandsbezug wird gemäß Artikel 5 des türkischen Internationalen Privatrechts und des Prozessrechts Nr. 5718 angegeben, dass türkisches Recht angewendet wird, wenn das autorisierte ausländische Recht dem türkischen öffentlichen Interesse zuwiderläuft. Wenn türkisches Recht auf den Mitgliedschaftsvertrag angewendet werden soll, werden gemäß des türkischen Verbraucherschutzgesetzes Vertragsvorschriften, die ohne Verhandlung mit dem Verbraucher in den Vertrag aufgenommen werden und den Verbraucher entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen, werden als unbillige Klauseln und unwirksam betrachtet. Siehe: Turan (n 4) 111 ff.; Cihan Avcı Braun, 'Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Mesafeli Sözleşmeler' (2015) 12(2) Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 17, 35; Özge Uzun Kazmacı, 'İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması' (2016) 22(3) Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi 2791, 2798 f.; Büyüksağış und Kahveci (n 4) 139 ff.

Vermittlungsdienstleistern und Verbrauchern hergestellt, bevor diese einen Fernabsatzvertrag mit dem Verkäufer/Lieferanten abschließen.¹³

Selbst wenn es keinen solchen Bestätigungstext gibt und der Fernabsatzvertrag über die Plattform zustande kommt, ist der Vermittlungsdienstleister solidarisch mit dem Verkäufer bzw. Anbieter für die Vorabinformation verantwortlich.¹⁴ In Fällen, in denen die Dateneingabe durch den Vermittlungsdienstleister erfolgt, ist der Vermittlungsdienstleister für die Mängel der Informationen (wie wesentliche Merkmale der vertragsgegenständlichen Waren oder Dienstleistungen, Name, Adresse, Telefonnummer und ähnliche Kontaktinformationen des Verkäufers oder Anbieters und des Vermittlungsdienstleisters, Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen, einschließlich aller Steuern) in den Pflichtbereichen und die Richtigkeit der Daten verantwortlich (Art. 5 Abs. 7 der Fernabsatzrichtlinie vom 27. November 2014).

Demgemäß ist die Haftung des Vermittlungsdienstleisters gegenüber dem Verbraucher auf Aspekte wie Aufzeichnungsführung, Informationsbereitstellung, Anzeige von Informationen und Vorlage des vorvertraglichen Informationsformulars beschränkt, sofern in dem genannten Dienstleistungsvertrag keine spezifische Verpflichtung festgelegt ist.¹⁵ Daher kann der Vermittlungsdienstleister im Rahmen des Verbraucherschutzgesetzes nicht für die Erfüllung von Anfragen wie dem Austausch von Waren oder der Rückerstattung der Zahlung aufgrund Verzug, Mangel oder Rücktrittsrechten aus Fernabsatzverträgen haftbar gemacht werden.¹⁶

¹³ Eine Mitgliedschaftsvereinbarung ist ein Rahmenvertrag und regelt die Rechte und Pflichten des Verbrauchers und des Vermittlungsdienstleisters bei der Nutzung des Systems. Siehe: Keskin (n 6) 140; Özbay Özdoğru (n 6) 46.

¹⁴ Siehe auch Art. 48 Abs. 2 des türkischen Verbraucherschutzgesetzes und Art. 5 der Richtlinie über Fernabsatzverträge. Siehe dazu: Avcı Braun (n 15) 32 ff.; Uzun Kazmacı (n 15) 2802 ff.; Gülşah İslamoğlu, 'Mesafeli Sözleşmelerde Cayma Hakkı' (2018) 13(145) Terazi Hukuk Dergisi 115, 119; Ekingen und Özer Deniz (n 6) 440 ff.; Keskin (n 6) 122 ff.

¹⁵ Gemäß Art. 18 Abs. 2 des türkischen Handelsgesetzbuches sind Vermittlungsdienstleister als Kaufmänner verpflichtet, sich im Zusammenhang mit ihren Geschäften mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes zu verhalten.

¹⁶ Gemäß Artikel 48 Abs. 5 des Verbraucherschutzgesetzes sind Vermittlungsdienstleister, die im Namen des Verkäufers oder Anbieters Fernabsatzverträge über ihr geschaffenes System vermitteln, verpflichtet, ein geeignetes System einzurichten und durchgehend zugänglich zu halten, damit Verbraucher während der Nutzungsdauer der aus dem System resultierenden Fernabsatzverträge Anfragen und Mitteilungen zu den in der Verordnung festgelegten Angelegenheiten übermitteln und verfolgen können. Gemäß Artikel 48 Abs. 6 des Verbraucherschutzgesetzes sind Personen, die als Vermittler von Dienstleistungen tätig sind, solidarisch mit dem Verkäufer oder Anbieter für die Information, Bestätigung und den Nachweis gegenüber dem

In der Praxis steht für den Verbraucher beim Einkaufen auf Online-Marktplätzen das Vertrauen in den Vermittlungsdienstleister und nicht in den Verkäufer im Vordergrund. Verbraucher vertrauen darauf, dass der Vermittlungsdienstleister sich mit Sorgfalt eines ordentlichen Geschäftsmannes verhält und ein Geschäftsmodell schafft, das von Verkäufern nicht ausgenutzt werden kann. Daher ist es erforderlich, dass der Vermittlungsdienstleister im Falle einer rechtswidrigen Handlung des Verkäufers alle erforderlichen Maßnahmen ergreift und sich wie ein besonnener Geschäftsmann verhält, um von der Haftung befreit zu werden.

In Bezug auf die Verpflichtung des Vermittlungsdienstleisters, sich wie ein ordentlicher Geschäftsmann zu verhalten, wurde im Jahr 2018 in einem Urteil, das auch durch den türkischen Gerichtshof bestätigt wurde, im Fall “GittiGidiyor”¹⁷ festgestellt, dass der Vermittlungsdienstleister verpflichtet ist, die Zuverlässigkeit von Personen, die auf seiner Plattform verkaufen, zu überprüfen. Daher wurde angenommen, dass Vermittlungsdienstleister zur Verantwortung gezogen werden können, wenn ein Verkäufer, der in betrügerischer Absicht auf dem Online-Marktplatz des Vermittlungsdienstleisters handelt und dem Verbraucher Schaden zufügt. Nach Ansicht des Gerichts vertraut der klagende Verbraucher darauf, dass er aufgrund des Namens von GittiGidiyor über diese Plattform einkauft, und daher sollte die Plattform nicht durch Bereitstellung eines Ortes für Personen, die in böswilliger Absicht handeln, Verbraucher schädigen. Andernfalls könnte der Vermittlungsdienstleister dem

Verbraucher in Bezug auf die Fernabsatzverträge, an denen sie beteiligt sind, verantwortlich. Mit Ausnahme der Fälle, in denen die Dateneingabe durch den Verkäufer oder Anbieter erfolgt, müssen sie in Bezug auf die in der Verordnung festgelegten Pflichtinformationen Fehler melden. Aufgrund der in diesem Artikel aufgeführten Punkte sind sie auch dafür verantwortlich, die Aufzeichnungen über die Geschäfte zwischen den Verbrauchern und den Verkäufern oder Anbietern aufzubewahren und diese Informationen auf Verlangen den zuständigen Behörden und Verbrauchern zur Verfügung zu stellen. Im Falle der Überweisung von Geldbeträgen im Namen des Verkäufers oder Anbieters, nach der Lieferung oder Durchführung der Dienstleistungen an den Verbraucher, sowie für die Verpflichtungen im Zusammenhang mit Lieferung und Rücktritt sind sie solidarisch mit dem Verkäufer oder Anbieter haftbar. In Fällen von Werbeaktionen, Rabatten oder Sonderangeboten, die ohne die Zustimmung des Verkäufers oder Anbieters durch Vermittler von Dienstleistungen organisiert wurden, sind sie ebenfalls verantwortlich, wenn der Vertrag nicht oder nicht ordnungsgemäß erfüllt wird. Sie sind auch für die Übereinstimmung und Beweise der in der Vorabinformation genannten Punkte und der Informationen in der Werbung verantwortlich.

Die Aufbewahrungs- und Nachweispflicht von Informationen aus Artikel 20 der Richtlinie über Fernabsatzverträge sind wie folgt geregelt: „Der Verkäufer oder Anbieter ist verpflichtet, die Informationen und Unterlagen zu jeder Transaktion im Rahmen dieser Verordnung, einschließlich des Widerrufsrechts, der Informationspflicht, der Lieferung und anderer Angelegenheiten, drei Jahre lang aufzubewahren.“ Der Vermittler von Dienstleistungen ist verpflichtet, Aufzeichnungen über Transaktionen mit dem Verkäufer oder Anbieter für drei Jahre aufzubewahren und diese Informationen auf Verlangen der zuständigen Behörden und der Verbraucher bereitzustellen.

¹⁷ Urteil vom 13. Zivilkammer vom 14. Dezember 2018 Y 13 HD, E 2017/5834, K 2018/12148, T 14.12.2018.

Verbraucher gegenüber für den daraus entstehenden Schaden haftbar gemacht werden.

In dieser Entscheidung des türkischen Gerichtshofs wurde festgestellt, dass der Vermittlungsdienstleister haftbar gemacht werden kann, wenn die Informationen der Dienstleister nicht vollständig sind, weil dies bedeutet, dass der Vermittlungsdienstleister ihre Vollständigkeit nicht kontrolliert hat und somit der Dienst des Vermittlerdienstleisters fehlerhaft ist.

In diesem Fall behauptete der Kläger, dass die von der Website des Beklagten gekauften Handys Defekte aufwiesen. Obwohl eines dieser Handys zur Reparatur geschickt wurde, wurde es dem Verbraucher nicht zurückgegeben. Für die anderen Telefone konnte keine Lösung gefunden werden. Die beklagte Firma "Gittigidiyor" argumentierte, dass sie im Rahmen des Gesetzes über die Regelung des elektronischen Handels als Vermittlungsdienstleister tätig sei und daher keine Haftung übernommen werden könne.

Der Gerichtshof hat akzeptiert, dass der Vermittlungsdienstleister nicht als der Verkäufer, Importeur oder Hersteller des Produkts qualifiziert werden kann. Wie aus dem Urteil des Gerichtshofes hervorgeht, kann die Verantwortung des Vermittlungsdienstleisters gemäß den Bestimmungen des Verbraucherschutzgesetzes im Abschnitt "Mangelhafte Waren" nicht beurteilt werden.

Der Ansicht des Gerichtshofes nach wurde zwischen dem Kläger als Verbraucher und der Beklagten als Vermittlungsdienstleister ein Servicevertrag mit dem Titel "Gittigidiyor Nutzungsvereinbarung" geschlossen, der die Nutzung der Website des beklagten Unternehmens für den elektronischen Handel ermöglichte. Daher sollte das Gericht je nach Umständen beurteilen, ob der von der Beklagten erbrachte Service mangelhaft war oder nicht.

Gemäß Artikel 13 Abs. 1 des Verbraucherschutzgesetzes handelt es sich bei einem mangelhaften Service um einen Verstoß gegen den Vertrag aufgrund der Nichterfüllung innerhalb der festgelegten Frist oder weil der Service nicht die objektiven Eigenschaften aufweist, die von den Parteien vereinbart wurden.

Das beklagte Unternehmen ist als Vermittlungsdienstleister im Sinne des E-Handel-Gesetzes und der E-Handel-Richtlinie tätig, und gemäß Artikel 9 Abs. 1 des E-Handel-Gesetzes sind Vermittlungsdienstleister nicht verpflichtet, die Inhalte, die von natürlichen oder

juristischen Personen bereitgestellt werden, zu überprüfen, um festzustellen, ob rechtswidrige Aktivitäten oder Situationen im Zusammenhang mit diesen Inhalten oder den betreffenden Waren oder Dienstleistungen vorliegen.

Gemäß Artikel 6 Abs. 3 der E-Handel-Richtlinie besteht für Vermittlungsdienstleister eine Auskunfts- und Prüfpflicht der Informationen, die von Verkäufern bereitgestellt werden, über die zugänglichen elektronischen Systeme der betreffenden Institutionen oder, falls dies nicht möglich ist, über die von dem Dienstleister erhaltenen Dokumente. Sie dürfen keine Vermittlungsdienste für Dienstleister erbringen, deren Identifikationsdaten nicht überprüft wurden. Außerdem sind sie verpflichtet sicherzustellen, dass die Werbeinformationen der Dienstleister, für die sie Vermittlungsdienste erbringen, auf dem neuesten Stand sind. Wenn der Vermittlungsdienstleister feststellt, dass diese Informationen nicht aktuell sind, benachrichtigt er die Dienstleister über das interne Kommunikationssystem und sorgt dafür, dass die Informationen innerhalb einer Frist von maximal drei Werktagen aktualisiert werden.

Entsprechend dem vierten und fünften Absatz des Artikels 5 der E-Handel-Richtlinie sind natürliche oder juristische Personen, die im elektronischen Handel tätig sind, verpflichtet, je nachdem, ob sie Händler oder Handwerker sind, bestimmte Informationen in den ihnen zugewiesenen Bereichen vollständig bereitzuhalten.

In dem genannten Fall ist nicht klar, ob der Dienstleister (Verkäufer von Handys) eine juristische Person oder ein Handwerker ist. Außerdem wurde festgestellt, dass die aktuellen Identifikationsinformationen, die im Artikel 5 der E-Handel-Richtlinie und im Artikel 3 des E-Handel-Gesetzes angegeben sind, als „Mitgliedschaftsinformationen“ nicht verfügbar sind. Aus diesem Grund ist der von dem Online-Marktplatz „*Gittigidiyor*“ angebotene Service mangelhaft und erfordert eine Haftung.

Anschließend hat der Gerichtshof festgestellt, dass das Unternehmen, das als Vermittlungsdienstleister tätig ist, dem Verbraucher aufgrund der Bereitstellung von elektronischen Handelsplattformen einen mangelhaften Service bietet. Daher hat das Gericht akzeptiert, dass das Unternehmen als Dienstleister gegen seine Informationspflichten verstoßen hat, indem es seine Mitgliedschaftsdaten nicht vollständig ausgefüllt hat. In diesem Zusammenhang haftet auch der Vermittlungsdienstleister wegen des Verstoßes gegen die Informationspflichten des Dienstleisters, weil er nicht kontrolliert hat, ob es einen solchen

Verstoß gibt und dieser Umstand einen mangelhaften Service darstellt.

Im Rahmen dieser Entscheidung ist die Verantwortung von Vermittlungsdienstleistern, die eine wichtige Rolle im elektronischen Handel spielen, in der Regel auf Informationserteilung, Datenschutz, Benachrichtigungen bezüglich Bestellungen, Aufzeichnung von Transaktionen und das Verhalten wie ein verantwortungsbewusster Geschäftsmann beschränkt. Als Erweiterung dieser Verpflichtung, wie sie einem verantwortungsbewussten Geschäftsmann obliegt, sind sie auch verpflichtet, die Zuverlässigkeit der Personen zu überprüfen, die über die Plattform Waren oder Dienstleistungen anbieten. Auf diese Weise können sie trotzdem für mangelhafte Waren oder Dienstleistungen haftbar gemacht werden, wenn sie gegen diese Verpflichtung verstoßen, selbst wenn sie keine Vertragspartei des Fernabsatzvertrags sind.

Das Urteil der 3. Zivilkammer des türkischen Gerichtshofes vom 15. November 2021 (Y 3 HD, E 2021/4000, K 2021/11403, T 15.11.2021) im Falle von „*Ciceksepeti.com*“ war ein Wendepunkt hinsichtlich der Haftung des Vermittlungsdienstleisters aufgrund der Fehlerhaftigkeit der Ware im Sinne von E- Handel.

Vor diesem Urteil haben Verbraucherschlichtungsstellen und Gerichte in Streitigkeiten über mangelhafte Waren oder Dienstleistungen auf E-Handel-Plattformen entschieden, dass Vermittlungsdienstleister und Verkäufer, die im elektronischen Umfeld kommerziell tätig sind, unter Umständen solidarisch aufgrund des Mangels verantwortlich gemacht werden können, wie oben dargestellt wurde. Die Begründung dieser Entscheidungen beruhte auf Bestimmungen des Verbraucherschutzgesetzes und einschlägigen Rechtsvorschriften im Bereich des elektronischen Handels sowie auf dem Prinzip der „Verantwortlichkeit der E-Handel-Plattform“ und dem „Grundsatz der kundenfreundlichen Auslegung“.

Allerdings wurde mit dem Urteil „*ciceksepeti.com*“ von 2021 festgestellt, dass die Parteien des Fernabsatzvertrags, der im Rahmen des betreffenden Verbrauchergeschäfts abgeschlossen wurde, der betreffende Verbraucher und das Unternehmen sind, das auf der elektronischen Online-Plattform Waren verkauft. Das beklagte Unternehmen sei jedoch lediglich in der Position eines Vermittlungsdienstleisters tätig, der die Möglichkeit zum elektronischen Handel über das Internet bereitstellt. Vermittlungsdienstleister, die eine

elektronische Handelsplattform bereitstellen, seien nicht verpflichtet, den Inhalt zu überprüfen, der von natürlichen oder juristischen Personen bereitgestellt wird, die das elektronische Medium nutzen, und Vermittlungsdienstleister seien nicht verpflichtet zu untersuchen, ob eine rechtswidrige Aktivität oder Situation in Bezug auf diesen Inhalt oder die betreffenden Waren oder Dienstleistungen vorliegt; der Vermittlungsdienstleister sei daher nicht für die Verantwortung aufgrund mangelhafter Waren verantwortlich. Daher wird in der Entscheidung dem Vertrauen des Verbrauchers in den Namen der E-Handel-Plattform beim Kauf keine Priorität eingeräumt, sondern vielmehr der Immunität des Vermittlungsdienstleisters hinsichtlich der Kontrolle des von Drittanbietern bereitgestellten Inhalts. Daher liegt gemäß dieser Entscheidung im Falle von mangelhaften Waren oder Dienstleistungen die alleinige und vollständige Verantwortung beim Drittanbieter-Verkäufer gegenüber dem Verbraucher, und der Vermittlungsdienstleister kann aufgrund der von den Nutzern der Plattform bereitgestellten Inhalte nicht zur Verantwortung gezogen werden.

Allerdings muss der türkische Gerichtshof zunächst die Art der vom Vermittlungsdienstleister erbrachten Dienstleistung feststellen und entscheiden, dass die „*Safe Harbor*“-Ausnahmeregelung nur dann in Anspruch genommen werden kann, wenn eine passive und rein technische Vermittlungstätigkeit vorliegt.^{18,19}

Artikel 3 Abs. 1 Buchst. (i) des türkischen Verbraucherschutzgesetzes definiert

¹⁸ Siehe auch: Urteil vom 15. November 2021 Y 3 HD, E 2021/4000, K 2021/11403, T 15.11.2021. Obwohl das Amtsgericht in diesem Fall entschieden hatte, dass der klagende Vermittlungsdienstleister für die Trüffelpackung mit den darin enthaltenen Zigarettensummeln gegenüber dem Käufer verantwortlich ist und im Innenverhältnis zwischen Vermittlungsdienstleister und Anbieter einen Rückgriffsanspruch gegen den Anbieter hat, hat die 3. Zivilkammer des türkischen Gerichtshofes die Entscheidung getroffen, dass der Vermittlungsdienstleister Inhalte, die von natürlichen und juristischen Personen auf der elektronischen Plattform bereitgestellt werden, auf der der zwischengeschaltete Dienstleister seine Dienste/Produkte erbringt, nicht prüfen muss, ob eine Rechtswidrigkeit in Bezug auf diesen Inhalt und die von diesem Inhalt betroffenen Waren oder Dienstleistungen vorliegt. Deshalb trifft den Vermittlungsdienstleister keine Verantwortung wegen mangelhafter Waren und Dienstleistungen.

¹⁹ Der Europäische Gerichtshof hat in seinem Urteil vom 22. Juni 2021, dass Art. 14 Abs. 1 der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) dahingehend auszulegen sei, dass die Tätigkeit des Betreibers einer Video-Sharing- oder Sharehosting-Plattform in den Anwendungsbereich dieser Bestimmung fällt, sofern dieser Betreiber keine aktive Rolle spielt, die ihm Kenntnis von den auf seine Plattform hochgeladenen Inhalten oder Kontrolle über sie verschafft. Art. 14 Abs. 1 Buchst. a der Richtlinie 2000/31 dahingehend auszulegen sei, dass ein solcher Betreiber nur dann gemäß dieser Vorschrift von der in Art. 14 Abs. 1 vorgesehenen Haftungsbefreiung ausgeschlossen ist, wenn er Kenntnis von den konkreten rechtswidrigen Handlungen seiner Nutzer hat, die damit zusammenhängen, dass geschützte Inhalte auf seine Plattform hochgeladen wurden.

Verkäufer sehr umfassend als „natürliche oder juristische Person, die Waren für gewerbliche oder berufliche Zwecke an Verbraucher anbietet oder in deren Namen oder für deren Rechnung handelt, einschließlich öffentlicher Rechtsträger“ definiert. Gemäß dieser Definition werden Personen oder Unternehmen, die Waren auf dem Markt anbieten, die im Namen oder für Rechnung einer anderen Person oder eines Unternehmens handeln, ebenfalls als Verkäufer betrachtet. Tatsächlich findet man in den Verträgen zwischen Online-Marktplätzen und Lieferanten/Verkäufern häufig Bestimmungen, nach denen der Preis für die Ware im Namen des Lieferanten/Verkäufers von der Online-Plattform eingezogen wird und innerhalb eines bestimmten Zeitraums dem Lieferanten/Verkäufer überwiesen wird. Daher können Online-Marktplätze gemäß Artikel 3 Absatz 1 Buchst. (i) des türkischen Verbraucherschutzgesetzes als Verkäufer betrachtet werden, und Lieferanten/Verkäufer können für fehlerhafte Waren, die sie auf den Markt bringen, haftbar gemacht werden.²⁰

Wenn die Handlungen einer E-Handel-Plattform bei einem vernünftigen Käufer den Eindruck eines Verkäufers erwecken und berechtigtes Vertrauen erzeugen, sollte der Online-Marktplatz als Verkäufer angesehen und verantwortlich gemacht werden.²¹

Es gibt bisher keine Entscheidung, die die Haftung von Online-Plattformen für von Lieferanten/Verkäufern auf den Markt gebrachte Produkte auf die Herstellerhaftung stützt. Die

²⁰ Für die vom Anwendungsbereich der neuen Richtlinien, die einander ergänzen, wurden umfassende Gewährleistungsrechte für Verbraucher im EU-Recht geschaffen. Diese sollen der Stärkung des Verbraucherschutzes vor allem bei grenzüberschreitenden Käufen dienen und die nationalen Märkte innerhalb der Europäischen Union zu einem gemeinsamen digitalen Markt vereinen. Siehe Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen (ABl, 22.05.2019, L. 136, S. 1), Richtlinie (EU) 2019/771 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs, zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie 2009/22/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 1999/44/EG (ABl, 22.05.2019, L. 136, S. 28). Siehe: Numan Tekelioğlu, 'Dijital Ürünler İlişkin Sözleşmeler Hakkında Alman Medeni Kanunu'ndaki Yeni Düzenlemeler' (2022) 24(1) Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 289, 291 ff.

²¹ Bei einer Umfrage, die von der Wettbewerbsbehörde durchgeführt wurde, um den Unterschied zwischen E-Handel-Plattformen und Verkäuferidentitäten bei den Käufern in der Türkei zu ermitteln, gaben 50 % der Käufer an, dass die Identität der E-Handel-Plattformen wichtiger sei als die der Verkäufer, und 13,5 % gaben an, ausschließlich aufgrund des Vertrauens in die E-Handel-Plattformen über die Website einzukaufen. Darüber hinaus ziehen mehr als die Hälfte der Verbraucher es vor, E-Marktplätze zu nutzen, wenn diese ebenfalls als Verkäufer in dem betreffenden Produktsegment auftreten. Dies zeigt, dass E-Marktplätze in den Kategorien, in denen sie selbst Verkäufer sind, einen bestimmten Vorteil gegenüber Drittanbieter-Verkäufern haben. Den Endbericht der Wettbewerbsbehörde zur Sektorenuntersuchung der E-Marktplatzplattformen vom April 2021 finden Sie auf Seite 83 ff. unter folgendem Link: 'E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu' (2022) <<https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sector-raporlari/e-pazaryeri-si-raporu-pdf-20220425105139595-pdf>> zugegriffen am 18 Januar 2025.

Reichweite der Produkthaftung könnte jedoch erweitert werden, und die Haftung könnte auch auf Online-Marktplätze ausgedehnt werden. Die Frage hierbei ist, ob Online-Marktplätze sich selbst als Hersteller einordnen können, indem sie mit ihrer Marke oder anderen unterscheidenden Merkmalen das Produkt versehen. Art. 3 Abs. 1 Buchst. (n) des türkischen Verbraucherschutzgesetzes definiert Hersteller als natürliche oder juristische Personen, einschließlich juristische Personen des öffentlichen Dienstes, die Endprodukte, dessen Grundstoffe oder Teilprodukte, die dem Verbraucher angeboten werden, herstellen und sich durch das Anbringen ihres Namens, ihrer Marke oder eines anderen unterscheidungskräftigen Kennzeichens als Hersteller ausgeben. Dieser Begriff umfasst nicht nur natürliche oder juristische Personen, die dem Verbraucher Waren anbieten, sondern auch solche, die im Auftrag bzw. im Namen dieser Personen handeln, wie beispielsweise das Einziehen der Zahlung von Käufer oder Lieferung der Waren an den Käufer. In diesem Fall können diese aktiven Vermittlungsdienstleister als Verkäufer dem Verbraucher für fehlerhafte Produkte verantwortlich gemacht werden.²²

Zusätzlich könnte die Haftung für eine Person, die das Produkt beruflich beschafft, wenn der eigentliche Hersteller oder Importeur des Produkts nicht identifiziert werden kann, in Frage kommen. Wenn der Hersteller eines fehlerhaften Produkts nicht ermittelt werden kann, wird der Lieferant, der die Informationen des Herstellers oder der Person, die ihm das Produkt geliefert hat, nicht innerhalb einer angemessenen Frist weitergibt, ebenfalls als Hersteller betrachtet.²³

²² Siehe: Büyüksağış und Kahveci (n 4) 150 ff.; Sırış (n 4) 383 ff.

²³ Siehe: Büyüksağış und Kahveci (n 4) 157 ff. Außerdem könnte die Haftung für Schadenersatz aufgrund eines fehlerhaften Produkts auch gemäß der Richtlinie über die Haftung für Schäden durch fehlerhafte Produkte 13. Juni 2003 beurteilt werden, unabhängig davon, ob die geschädigte Person Verbraucher ist oder ob sie aus geschäftlichen oder beruflichen Gründen handelt. Darüber hinaus werden bei der Beurteilung fehlerhafter Produkte das Gesetz über Produktsicherheit und technische Ordnung vom 05. März 2020 berücksichtigt, das unter Berücksichtigung der Richtlinie über die Sicherheit von Produkten der Europäischen Union vom 3. Dezember 2001 erlassen wurde. Wenn festgestellt wird, dass Online-Plattformen, die Produkte, die sie von Lieferanten/ Verkäufern erhalten und diese an den Käufer versenden, indem sie ihre eigenen, anderen unterscheidungskräftigen Kennzeichen (z.B. ihre eigenen Logos oder Marken oder Namen) auf die Produkte setzen, die Kriterien erfüllen, sollten sie als Hersteller/Produzenten betrachtet und zur Verantwortung gezogen werden. Gemäß des Gesetzes über Produktsicherheit und technische Ordnung könnten aktive Vermittlungsdienstleister ebenfalls als Distributor betrachtet und für Schäden durch fehlerhafte Produkte haftbar gemacht werden. Es ist jedoch zu beachten, dass der Distributor nicht haftbar gemacht wird, wenn er die Namen und Kontaktinformationen des Herstellers, des autorisierten Vertreters oder anderer Wirtschaftsunternehmen in der Lieferkette dem Geschädigten innerhalb von zehn Arbeitstagen nach Erhalt des Antrags mitteilt.

ZUSAMMENFASSUNG

Gemäß Art. 9 des E-Handel-Gesetzes und Art. 10 der E-Handel-Richtlinie sind Anbieter von Onlinediensten, die Links übermitteln, weiterleiten oder anbieten, von der Haftung ausgeschlossen, sofern sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Diese Regeln schützen Online-Vermittlungsdienstleister somit sowohl vor Unterlassungs- als auch vor Schadensersatzansprüchen seitens der Käufer. Dabei sind Online-Vermittlungsdienstleister nicht nur von der Haftung für Urheberrechts- oder geistige Eigentumsverletzungen befreit, sondern auch für alle Arten von Delikten im Internet.

In der Türkei ziehen Gerichte keine klare Unterscheidung zwischen aktiven Vermittlern und passiven Vermittlern und halten in Ausnahmefällen manchmal die Dienstleister für verantwortlich. In den meisten Fällen, die die Haftung von Online-Marktplätzen für mangelhafte Waren betreffen, wird das „Safe-Harbor“-Regime angewendet.

Die Anpassung des „*Safe-Harbor*“-Regimes in Artikel 9 des türkischen E-Handel-Gesetzes, ohne Berücksichtigung des Erwägungsgrundes 42 der E-Handel-Richtlinie (EU), der die Einschränkungen für passive Vermittler festlegt, führt zu einer weitreichenden Auslegung der Ausnahmeregelung durch die türkischen Gerichte. Allerdings sollte der türkische Gerichtshof in erster Linie die Art der vom Vermittlungsdienstleister erbrachten Dienstleistung bestimmen und festlegen, dass das „*Safe-Harbor*“-Ausnahmeregime nur dann angewendet werden kann, wenn es sich um passive und rein technische Vermittlungsaktivitäten handelt.

LITERATURVERZEICHNIS

- Avcı Braun C, 'Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Mesafeli Sözleşmeler' (2015) 12(2) Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 17
- Büyüksağış E und Kahveci D, 'E-Ticaret Platformlarının Satılanın Ayıplarından Sorumluluğu' (2022) 19(3) Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 125
- 'Ecommerce Statistics for Individuals' <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics_for_individuals> zugegriffen am 18 January 2025
- Ekingen E und Özer Deniz M, '7392 ve 7416 Sayılı Kanunlarla Yapılan Değişikliklerin Aracı Hizmet Sağlayıcı Olarak Çevrimiçi Çok Taraflı Platformların Sorumluluklarına ve Tüketicilere Etkileri' [2022] Adalet Dergisi 429
- 'E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu' (2022) <<https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sector-raporlari/e-pazaryeri-si-raporu-pdf-20220425105139595-pdf>> zugegriffen am 18 Januar 2025
- İslamoğlu G, 'Mesafeli Sözleşmelerde Cayma Hakkı' (2018) 13(145) Terazi Hukuk Dergisi 115
- Keskin D, 'TKHK Değişik m. 48 Hükmü Çerçevesinde Aracı Hizmet Sağlayıcının Tüketicie Karşı Sorumluluğu' (2022)(3) 26 Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 119
- Özbay Özdoğru Z, *İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketicie Karşı Sorumluluğunun Şartları* (On İki Levha Yayıncılık 2022)
- Sırış B, 'Yargıtay'ın "Çiçeksepeti Kararı" Işığında Elektronik Ticarete Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Sorumluluğu Hakkında Değerlendirmeler' (2023) 9(2) Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 363
- Tekelioğlu N, 'Dijital Ürünlere İlişkin Sözleşmeler Hakkında Alman Medeni Kanunu'ndaki Yeni Düzenlemeler' (2022) 24(1) Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 289
- Turan G, 'Elektronik Sözleşmeler ve Elektronik Sözleşmelere Uygulanacak Hukukun Tespiti'

[2008] Türkiye Barolar Birliđi Dergisi 87

‘Two-Thirds of 250 Products Bought from Online Marketplaces Fail Safety Tests, Consumer Groups Find’ <<https://www.beuc.eu/press-releases/two-thirds-250-products-bought-online-marketplaces-fail-safety-tests-consumer-groups>> zugegriffen am 18 January 2025

Uzun Kazmacı Ö, ‘İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması’ (2016) 22(3) Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi 2791