

## **Whitepaper zur Einführung der so genannten „Button-Lösung“**

In den letzten Jahren wurde eine Vielzahl von Verbrauchern zum Opfer sogenannter „Kostenfallen“ im Internet. Der Gesetzgeber hat reagiert und nimmt mit einem neuen Gesetz Unternehmen künftig noch stärker als bisher schon in die Pflicht, Verbrauchern mehr Transparenz beim Online-Bestellvorgang zu bieten.

Zum 01. August 2012 treten mit der „Button-Lösung“ neue gesetzliche Regeln in Kraft die bestimmen, welche Informationen für die Verbraucher unmittelbar vor Abgabe einer kostenpflichtigen Bestellung im Internet in welcher Form bereitgehalten werden müssen.

Vor diesem Hintergrund informiert der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. in einem Whitepaper mit aktuellen Handlungsempfehlungen zur kommenden „Button-Lösung“. Das kostenfrei erhältliche BVDW-Whitepaper richtet sich primär an Unternehmen und Betreiber von Online-Shops oder E-Commerce-Plattformen.

### **Inhaltsübersicht**

1. Warum ein neues Gesetz?
2. Was ändert sich?
3. Für wen gilt das Gesetz?
4. Was muss getan werden?
5. Wie werden die Vorgaben umgesetzt?
6. Gibt es Besonderheiten im M-Commerce?
7. Bis wann müssen die Änderungen umgesetzt sein?
8. Welche Folgen drohen bei Verstoß?
9. Zusammenfassung

## 1. Warum ein neues Gesetz?

In den letzten Jahren wurde eine Vielzahl von Verbrauchern Opfer so genannter „Kostenfallen“ im Internet. Dabei handelt es sich um Angebote, welche eigentlich frei erhältliche Informationen kostenpflichtig anbieten. Der Nutzer muss sich, um die gewünschte Information zu erhalten (z.B. kostenlose Software, kostenlose Inhalte) auf der Angebotsseite anmelden.

Mit der Anmeldung akzeptiert der Nutzer die ABG des Webseitenangebots, in den – gut versteckt – die Kostenpflichtigkeit des Dienstes niedergelegt ist. Bekannt wurden insbesondere Angebote, bei welchen sich der Nutzer zum Abschluss eines 2-Jahres-Vertrages zu einem Jahresbeitrag von 96 EUR verpflichtet. Die Zahlungsaufforderung geht dem ahnungslosen Nutzer dann wenig später an die in der Anmeldung angegebene Adresse zu.

Die deutschen Zivilgerichte haben dazu regelmäßig festgestellt, dass ein unter solchen Umständen geschlossener Vertrag unwirksam ist (vgl. zuletzt LG Berlin v. 21.10.2011, MMR 2012, 95). Ein Zahlungsanspruch besteht daher grundsätzlich nicht. Internetangebote, bei denen bei Aufruf der Seite im örtlichen und inhaltlichen Zusammenhang mit den Angaben, die sich auf die angebotene Leistung direkt beziehen nicht hinreichend deutlich erkennbar ist, dass die Dienstleistung gegen Entgelt angeboten wird, sind zudem als versuchter Betrug angesehen worden (vgl. OLG Frankfurt v. 17.12.2010, NJW 2011, 398).

Trotz dieser – jedenfalls zivilrechtlich - eindeutigen Rechtslage nahm das Angebot an so genannten „Abofallen“ weiter zu. Viele Nutzer zahlten aus Unsicherheit oder Angst vor möglichen Gerichtsverfahren oder Vollstreckungsmaßnahmen. Eine Möglichkeit, diese Geschäftsmethoden zu unterbinden, hatte der Gesetzgeber zunächst darin gesehen, die fernabsatzrechtlichen Widerrufsregelungen für Dienstleistungen neu zu fassen. Nach der entsprechenden Gesetzesänderung sollte der Widerruf für Dienstleistungen nur ausgeschlossen werden können, wenn der Vertrag von beiden Seiten auf ausdrücklichen Wunsch des Verbrauchers vollständig erfüllt war.

Dies hätte die Abofallen-Betreiber dazu nötigen sollen, ihre Leistungen nur noch gegen Vorkasse erbringen, und die Zahlungspflicht damit offen legen zu müssen. Der erhoffte Erfolg dieser Initiative blieb jedoch aus. Die Kostenfallenbetreiber übersandten ihre Rechnungen schlicht zwei Wochen nach – vermeintlichem – Vertragsschluss.

Aus diesem Grunde hat die Bundesregierung ein neues Vorhaben angestoßen. Die Einführung der so genannten „Button-Lösung“ wurde dabei nicht nur in Deutschland sondern auch auf europäischer Ebene durchgesetzt. In der bereits am 22.November2011 verkündeten EU-Richtlinie 2011/83/EU über Rechte der Verbraucher (Verbraucherrechtsrichtlinie), welche zur Harmonisierung des in Europa geltenden Verbraucherrechts dienen soll, sind die in Deutschland vorab umgesetzten Regelungen zur Bekämpfung von Kostenfallen im Internet bereits enthalten. Im Übrigen haben die Mitgliedstaaten bis zum 13. Dezember 2013 Zeit, die Richtlinie in ihr innerstaatliches Recht umzusetzen.

## 2. Was ändert sich?

Das Gesetz soll zunächst die Transparenz der einem Verbraucher auch heute bereits mitzuteilenden Informationen noch einmal erhöhen. Im Zuge der Neugestaltung wurde der bisherige § 312g in den Abs. 2 bis 4 BGB um drei neue Absätze erweitert.

### a) Transparente Informationspflicht vor Abgabe der Bestellung

Die gesetzliche Neuregelung sieht keine grundlegend neuen oder zusätzlichen Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr vor. Vielmehr soll durch das Gesetz die bereits bestehenden Informationspflichten gegenüber Verbrauchern noch effektiver umgesetzt werden. Der dazu neu eingefügte Abs.2 des § 312g BGB lautet:

*"Bei einem Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher, der eine entgeltliche Leistung des Unternehmers zum Gegenstand hat, muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen gemäß Artikel 246 § 1 Absatz 1 Nummer 4 erster Halbsatz und Nummer 5, 7 und 8 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche, **unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen.** Diese Pflicht gilt nicht für Verträge über die in § 312b Absatz 1 Satz 2 genannten Finanzdienstleistungen."*

Damit nimmt das neue Gesetz eine Präzisierung der Art und Weise der Informationsbereitstellung bestimmter – bereits heutzutage vom Unternehmer bereitzuhaltenden - Informationen

vor. Diese Informationen müssen nun unmittelbar vor Aufgabe der Bestellung in klar verständlicher und hervorgehobener Weise zur Verfügung gestellt werden. Im Einzelnen betrifft dies die folgenden Informationen über:

- **die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung**
- **die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat**
- **den Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller damit verbundenen Preisbestandteile sowie alle über den Unternehmer abgeführten Steuern oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, seine Berechnungsgrundlage, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht**
- **gegebenenfalls zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten sowie einen Hinweis auf mögliche weitere Steuern oder Kosten, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden**

§ 312g Absatz 2 BGB gilt für Verträge über Waren und Dienstleistungen, ausgenommen Finanzdienstleistungsverträge. Ebenso sind Verträge, die über Verkaufsplattformen geschlossen werden, ausdrücklich mit umfasst.

b) Ausgestaltungspflicht bei Verwendung von Bestell-Button

Weiter fordert das Gesetz nunmehr eine Neugestaltung von Bestell-Buttons (daher „Button-Lösung“), welche den Verbraucher vor Abgabe seiner Bestellung in eindeutiger Weise über die Zahlungspflichtigkeit aufklärt. Der entsprechende Passus in § 312g Abs. 3 BGB lautet:

*„Der Unternehmer hat die Bestellsituation bei einem Vertrag nach Absatz 2 Satz 1 **so zu gestalten**, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. **Erfolgt die Bestellung über eine Schaltfläche**, ist die Pflicht des Unternehmers aus Satz 1 nur erfüllt, wenn diese Schaltfläche **gut lesbar mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“** oder mit*

einer **entsprechenden eindeutigen Formulierung** beschriftet ist.

Auch wenn die Online-Bestellung nicht direkt über einen Bestell-Button abgewickelt wird (was praktisch kaum vorkommen dürfte), müssen die oben genannten Informationspflichten eingehalten werden. Für Finanzdienstleistungsverträge gilt nur die Verpflichtung zur eindeutigen Beschriftung der Bestellschaltfläche, nicht jedoch die besondere Gestaltungsanforderung für Vertragsinformationen.

### 3. Für wen gilt das Gesetz?

Die neuen Gesetzesvorgaben richten sich ausschließlich an Unternehmen, die Waren oder Dienstleistungen über das Internet (elektronischer Rechtsverkehr) an Verbraucher (**B2C**) anbieten. Ausgenommen sind – mit Ausnahme der Gestaltung des Bestell-Buttons - Anbieter von Bankdienstleistungen sowie Dienstleistungen im Zusammenhang mit einer Kreditgewährung, Versicherung, Altersversorgung von Einzelpersonen, Geldanlage oder Zahlung (Finanzdienstleistungen).

Es betrifft also Online-Shops gleichermaßen wie geschlossene Verkaufsplattformen. Die Pflicht zur Umsetzung trifft in diesem Falle die Plattformbetreiber, soweit sie ihren gewerblichen Kunden standardisierte Shop-Lösungen vorgeben. Zwar ist davon auszugehen, dass die entsprechenden Plattformbetreiber die neuen gesetzlichen Anforderungen bei der Gestaltung ihrer Dienste berücksichtigen, es sollte sich jedoch vorab vergewissert werden, um hier keine Nachteile zu erleiden.

Anbieter, welche ihre Waren und Dienstleistungen ausschließlich an Gewerbetreibende richten (**B2B**), fallen nicht unter die Neuregelung. Allerdings müssen sie dafür sorgen, dass **Verbraucher tatsächlich von dem Angebot ausgeschlossen** sind. Ein Hinweis wie "nur für Industrie, Handel, Handwerk und Gewerbe" ist dabei nicht ausreichend, um von einer Adressierung der Werbung lediglich an Gewerbetreibende ausgehen zu können (vgl. OLG München v. 02.09.2009, Az.: 6 W 2070/09). Vielmehr muss durch geeignete technisch-organisatorische Maßnahmen sichergestellt werden, dass tatsächlich nur gewerbliche Letztverbraucher auf entsprechende Angebote zugreifen und Verträge schließen können. Eine Maßnahme kann hier die Vorab-Prüfung der Umsatzsteueridentifikationsnummer sein.

## 4. Was muss getan werden?

Mit Ausnahme der Information über Steuern und Kosten betrifft die neue Regelung Informationen, die der Unternehmer für einen Kunden auch heute schon im Rahmen der Bestellung einer Ware oder Dienstleistung über das Internet bereithalten muss. Neu ist, wie und an welcher Stelle diese Informationen nun gegeben werden müssen. Das Gesetz stellt hierzu verbindliche Regeln auf.

Die **Bestellübersicht** muss an diese Erfordernisse an Art und Weise der Präsentation der Informationen **grundlegend angepasst und überarbeitet** werden. Da die Informationen in räumlich, zeitlichem Zusammenhang zur Bestellung über den Bestell-Button stehen müssen, sollten alle anderen Informationen wie Lieferanschrift, Zahlungsart und etwa geltende AGB am Anfang der Übersicht platziert werden.

### a) Erläuterung der Informationspflichten

#### (1) *Wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung*

Für jedes Produkt müssen auf der Bestellübersicht ab sofort die wesentlichen Produktinformationen bereitgehalten werden. Dafür ist es notwendig, über die Artikelbezeichnung hinaus anzugeben, was die Ware in ihren Kernpunkten ausmacht. Einen abschließenden Katalog für Waren und Dienstleistungen gibt es nicht. Es wird darauf ankommen, welche Informationen ein Kunde mindestens benötigt, um eine Vergleichs- und Kaufentscheidung zu treffen.

Bei Elektroartikeln könnten dies zum Beispiel sein: Hersteller, Fabrikat, Modellbezeichnung, Größe, Farbe, Grundfunktion (z.B. „Radio“).

Die ausführliche Artikelbeschreibung ist jedenfalls nicht anzugeben, da ansonsten die Anforderungen an die Übersichtlichkeit und Transparenz nicht erfüllt sein dürften. Ob zusätzlich ein Link zur ausführlichen Artikelbeschreibung gesetzt werden kann dürfte ebenfalls fraglich sein. Durch das Klicken auf den Link und die Weiterleitung auf eine andere Seite wird unter Umständen die von dem Gesetzgeber in einem räumlich-funktionalen Zusammenhang geforderte Unmittelbarkeit zerstört. Ein Scroll-Over, dürfte hier allerdings möglich sein, da keine neue Seite geöffnet werden muss.

## (2) *Mindestlaufzeit des Vertrages*

Im Rahmen von einfachen Warenbestellungen dürfte diese Angabe entbehrlich sein. Zwingend muss die Mindestvertragslaufzeit jedoch angegeben werden, wo es sich um Dauerschuldverhältnisse handelt, die die Erbringung von Dienstleistungen (z.B. Mobilfunkvertrag) oder die Belieferung mit Waren (z.B. monatliche Getränkelieferungen) über einen bestimmten Zeitraum zum Gegenstand haben.

## (3) *Gesamtpreis*

Auch diese Angaben muss der Unternehmer bei jedem Artikel bereits wegen der sich aus der Preisangabenverordnung (PAngV) ergebenden Vorschriften machen. Der Gesamtpreis ist gemäß § 1 PAngV der Preis, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Service-Zuschläge oder Abgaben an Dritte) zu zahlen ist. Diese Information muss nun auch dringend unmittelbar vor Abgabe der Bestellung erfolgen. Nach Abgabe der Bestellung dürfen versteckte Kosten nicht hinzugerechnet werden.

Es ist dabei im Falle der Bestellung mehrerer Artikel ausreichend, wenn der sich aus dem Gesamtpreis ergebende Umsatzsteuerbetrag in der Aufschlüsselung am Ende genannt wird. Nicht notwendig ist die Auszeichnung der Umsatzsteuer für jeden einzelnen Artikel.

## (4) *Liefer- und Versandkosten*

Ebenso müssen Unternehmer bereits heute auf die anfallenden Liefer- und Versandkosten hinweisen. Auch hier gilt die PAngV. Es müssen die exakte Höhe der tatsächlich anfallenden Kosten angegeben werden. Wo eine Angabe nicht möglich ist (etwa bei Versand nach Gewicht oder Größe) sind die näheren Einzelheiten der Berechnung anzugeben, aufgrund derer der Letztverbraucher die Höhe leicht errechnen kann.

Neu ist, dass Unternehmer auf Zoll- oder sonstige Abgaben hinweisen müssen. Dies wird besonders dort relevant, wo der Versand in EU-Drittstaaten erfolgt. Hier müssen Sie sich vorab erkundigen.

## b) *Neugestaltung des Bestell-Buttons*

Es besteht für Unternehmer keine Rechtspflicht, eine Schaltfläche zu verwenden. Soweit die Bestellung des Kunden

über eine Schaltfläche (Bestell-Button) abgegeben wird, bedarf dieser einer eindeutigen Gestaltung aus welcher der Verbraucher zweifelsfrei erkennen kann, dass mit dem Betätigen des Bestell-Button eine Zahlungspflicht verbunden ist.

Dies muss unmittelbar aus der Beschriftung der Schaltfläche hervorgehen. Das Gesetz fordert, dass künftig folgende Beschriftung auf dem Bestell-Button angebracht ist:

### **„zahlungspflichtig bestellen“**

**Zulässig** sind daneben aber auch andere Beschriftungen, soweit sie entsprechend eindeutig formuliert sind. So kann der Bestell-Button z.B. auch enthalten:

- **„Kaufen“**
- **„Einkauf abschließen“**
- **„Kostenpflichtig bestellen“**
- **„Zahlungspflichtigen Vertrag schließen“**

Die Beschriftung des „Buttons“ muss bei normaler Bildschirmauflösung einfach lesbar sein. Auch hier gelten die unter 5a) genannten Vorgaben zu Schriftform, -größe und -farbe. Der Button selbst muss ebenfalls so gestaltet sein, dass die Beschriftung erkennbar und lesbar ist.

Neben der eindeutigen Formulierung der Zahlungspflicht dürfen darüber hinaus auch keine ablenkenden oder irreführenden Zusätze enthalten sein.

**Unzulässig** sind nicht eindeutige Bezeichnungen wie:

- **„Bestellen“**
- **„Bestellung abschließen“**
- **„Bestellung abgeben“**
- **„Weiter“**
- **„Anmeldung“**

In diesem Zusammenhang sollte darauf geachtet werden, dass alle vertragswesentlichen Dokumente – also insbesondere die Allgemeinen Geschäftsbedingungen – ihrem Wortlaut nach auf die neue Aufschrift des Bestell-Buttons angepasst wird. Anderenfalls können hier Abmahnungen drohen.

Auf Handelsformen reicht hingegen eine Formulierung **„Gebot abgeben“** oder **„Gebot bestätigen“**, da der Verbraucher – weil er sein Gebot beziffern muss – ohne Weiteres weiß, dass er die bestellte Ware auch bezahlen muss.

## 5. Wie werden die Vorgaben umgesetzt?

### a) Anforderungen an die Umsetzung in der Bestellübersicht

Für alle vorstehenden Informationen gilt, dass diese klar und verständlich und vor allem in hervorgehobener Weise bereitgehalten werden müssen. Dies bedeutet dass die Angaben

- **in unübersehbarer Weise (z.B. durch farbliche Kennzeichnung),**
- **abgehoben vom übrigen Text oder sonstigen Gestaltungselementen**
- **nicht im Gesamtlayout des Internetauftritts untergehen**
- **in einer kontrastreichen Schriftfarbe**
- **in einer ausreichend große Schrift**
- **in einer einfach lesbare Schriftart**
- **nicht versteckt**
- **sowie einfach und verständlich formuliert sein**

müssen. Verwirrende oder ablenkende Zusätze sind nicht erlaubt. Diese Anforderungen dürften relativ einfach umzusetzen sein. Dies gilt ebenso für die weitere Vorgabe

- **Pflichtinformationen müssen oberhalb des Bestell-Buttons bereitgehalten werden**

Das Bereithalten von Informationen am Beginn oder im Verlaufe des Bestellprozesses, zum Beispiel noch bevor der Verbraucher seine Adressdaten und etwaige Zahlungsinformationen angegeben hat, genügen den Anforderungen nicht.

Unklar ist im Einzelfall bislang jedoch, wie die Vorgabe, die

- **Angaben unmittelbar vor Abgabe der Bestellung**

bereit zu halten, umgesetzt werden kann. Die Unmittelbarkeit der Information wird vom Gesetzgeber in Bezug auf zwei Kriterien erwartet. Die Angaben müssen sowohl in räumlicher Nähe zum Bestell-Button angezeigt werden als auch ausschließlich im Zusammenhang mit der Bestellung.

Alle Umstände, die diesen Unmittelbarkeitszusammenhang stören oder unterbrechen führen dazu, dass die Informationen nicht wie vom Gesetz gefordert bereitgehalten werden. Der Verbraucher soll die wesentlichen Informationen auf einen Blick erfassen können, bevor er den Bestellvorgang fortsetzt.

Dies ist regelmäßig der Fall, soweit alle Informationen zusammen mit dem Bestell-Button auf einer Seite dargestellt werden können.

Die Anforderungen an die Unmittelbarkeit dürften nach einer entsprechenden Konkretisierung des Gesetzentwurfs gegeben sein, soweit die Informationen wegen der Menge an Artikeln oder weiterer Informationen (z.B. Versandberechnung) auf längeren als der Bildschirmdarstellung zugänglichen Seiten bereitgehalten werden und der Verbraucher scrollen muss. Nicht eindeutig ist jedoch, ab welcher Scrolllänge der funktional-räumliche Zusammenhang unterbrochen ist.

Das Scrollen sollte auf derselben Seite wie der Bestell-Button durchgeführt werden. Empfehlenswert ist es daher,

- **die Informationen nicht in einem eigenen Scroll-Fenster zu platzieren.**

Die Gesetzesbegründung erwähnt, dass jedes trennende Gestaltungselement den inneren sachlichen Zusammenhang zwischen Information und Bestellung unterbricht. Dies könnte durch so eine Gestaltung der Fall sein.

- **Keine trennenden Gestaltungselemente**

Es ist aber auch nicht empfehlenswert, bei längeren Bestellübersichten während des Scrollens so genannte Unterbrecher-Informationen einzufügen um mitzuteilen, dass am Ende der Bestell-Button zu betätigen ist. Auch so könnte möglicherweise der innere Zusammenhang zwischen Information und Bestellung gestört sein.

#### *b) Anforderungen an die Platzierung des Bestell-Buttons*

Der Bestell-Button muss nun eine Abschlussfunktion für den Bestellvorgang erfüllen. Es reicht daher nicht mehr, diesen neben oder über der Zusammenfassung der zu bestellenden Waren oder Dienstleistungen zu platzieren.

Der Button darf erst angeklickt werden können, wenn der Verbraucher die Gelegenheit hatte, sämtliche Informationen abzurufen. Es darf daher der

- **Bestell-Button nicht statisch zu implementieren**

sein, in der Weise, dass er bei längeren Seiten „mitscrollt“. In der Konkretisierung des Gesetzesentwurfs ist klargestellt, dass die Anordnung einer Information unterhalb des Bestell-Buttons, die erst durch Scrollen sichtbar wird nicht sicherstellt, dass der Verbraucher diese Information auch erhält.

Besonders wichtig ist die Alleinstellung des Bestell-Buttons. So darf er insbesondere auch nicht mit anderen Funktionen versehen werden. Insbesondere dann, wenn die Schaltfläche zugleich der Bestätigung von Log-In-Angaben (Benutzername, Kennwort) und der Abgabe der eigentlichen Bestellung dient, besteht die ansonsten Gefahr, dass der Verbraucher die Doppelfunktion dieser Schaltfläche nicht erkennt. Zur richtigen Beschriftung siehe 4 b).

## **6. Gibt es Besonderheiten im M-Commerce?**

Nein, sämtliche Vorgaben gelten auch im Bereich des Mobile Commerce also für Angebote über E-Reader, Smartphones oder Tablets. Die Frage der Umsetzung der Vorgaben zur Transparenz und Unmittelbarkeit dürften hier jedoch eine noch stärkere Beachtung finden. Aufgrund der bauartbedingten, kleineren Bildschirmgrößen kann auch die Frage der Länge und Zulässigkeit des Scrollens noch eine große Rolle spielen. Soweit der Gesetzgeber hier keine eindeutigen Vorgaben macht, werden darüber im Zweifel die Gerichte entscheiden.

## **7. Bis wann müssen die Änderungen umgesetzt sein?**

Sämtliche der beschriebenen Maßnahmen müssen

**bis spätestens 31.07.2012 umgesetzt sein.**

Das Gesetz tritt am 01.08.2012 in Kraft und ist von da ab verbindlich.

## 8. Welche Folgen drohen bei Verstoß?

### a) Unwirksamkeit des Vertrages

Für den Fall, dass die neuen Vorgaben nicht eingehalten werden, bestimmt das Gesetz die Unwirksamkeit des geschlossenen Vertrages. Insoweit bestimmt § 312g Abs. 3 BGB nunmehr:

*„Ein Vertrag nach Absatz 2 Satz 1 kommt nur zustande, wenn der Unternehmer seine Pflicht aus Absatz 3 erfüllt.“*

Diese Folge ist drastisch und macht die Rückabwicklung des Vertragsverhältnisses notwendig. Soweit Waren auf Rechnung verschickt werden muss sich der Händler also im Zweifel darum kümmern, wie er die bereits verschickten Waren wieder zurückbekommt.

### b) Gefahr wettbewerbsrechtlicher Abmahnungen

Außerdem stellt ein Verstoß gegen die E-Commerce-Vorschriften des BGB eine wettbewerbswidrige geschäftliche Handlung gemäß § 4 Nr. 11 UWG dar. Bei Verbraucherinformationsvorschriften handelt es sich nämlich nach Meinung der Gerichte um so genannte Marktverhaltensregeln (vgl. OLG Hamm v. 13.10.2011, MMR 2012, 29). Dies folgt aus der besonderen Bedeutung der Informationspflichten und deren Erfüllung seitens des Unternehmers beim Warenkauf im Fernabsatz auf das Marktgeschehen insgesamt.

Andere Online-Händler (Mitbewerber) können daher kostenpflichtige Abmahnungen gerichtet auf das Unterlassen (Nichtzurverfügungstellen) der gesetzlich geforderten Informationen aussprechen lassen.

Dieses Risiko besteht nicht nur bei vollständigem Unterlassen sondern auch dann, wenn die AGB nicht angepasst sind oder Bereitstellung der Informationen beispielsweise nicht wie gefordert „klar und verständlich“ und in „unmittelbarem räumlichen und zeitlichen Zusammenhang vor Abgabe der Bestellung“ erfolgt. Wann letzteres gegeben ist, ist immer eine Frage des Einzelfalls und muss im Zweifel von einem Gericht geklärt werden.

## **9. Zusammenfassung**

Die neuen Vorgaben des Gesetzes sollten möglichst schnell umgesetzt und das eigene Online-Angebot entsprechend umgestellt werden. Ansonsten drohen nicht nur unwirksame Verträge sondern gegebenenfalls Abmahnungen durch Mitbewerber. Während die Gestaltung des Bestell-Button keine größeren Probleme bereiten sollte, bestehen noch rechtliche Unklarheiten im zur Frage der Gestaltung und Platzierung der vorab zu erteilenden Informationen. Hier wird die Praxis zeigen müssen, welche Ausgestaltungen sich letztendlich bewähren.

### **Der Autor**

**RA Michael Neuber**, Justiziar im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.