

16.05.2012

Einkauf, Logistik & Vertrieb | Einkauf, Logistik & Vertrieb

Am 16. Mai 2012 wurde das „Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs zum besseren Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Geschäftsverkehr“ im Bundesgesetzblatt verkündet (BGBl. 2012, S. 1084). Es tritt am 1. August 2012 in Kraft und ist ab diesem Datum zwingend von allen Online-Shop-Betreibern (möglicherweise auch mit Sitz im Ausland) bei ihren Vertragsschlüssen mit deutschen Verbrauchern zu beachten. Durch das Gesetz soll Art. 8 Abs. 2 der neugefassten Verbraucherrechterichtlinie 2011/83/EU vom 25. Oktober 2011, der seinerseits auf die Initiative der Bundesregierung zurückgeht, vorzeitig in nationales Recht umgesetzt werden.

Platzierung von Informationen

Zum einen muss der Unternehmer bei einem entgeltlichen Vertrag mit einem Verbraucher (in der Regel ein Kauf- oder Dienstleistungsvertrag) bestimmte essentielle Vertragsinformationen (Produktbeschreibung, Gesamtpreis, Versand- und Zusatzkosten sowie ggf. Mindestlaufzeit) nunmehr „unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen“.

Es muss damit ein besonderes Augenmerk auf die inhaltliche und optische Gestaltung der Bestellübersichtsseite gelegt werden, wo die genannten Informationen (nochmals) unmittelbar über den Bestell-Button zu platzieren sind. Das Merkmal der Darstellung „in hervorgehobener Weise“ wurde erst auf Empfehlung des Rechtsausschusses des Bundestages in den Gesetzestext aufgenommen, um auch insoweit Gleichklang mit Art. 8 Abs. 2 der Verbraucherrechterichtlinie herzustellen. Die praktischen Konsequenzen der Regelung sind indessen fraglich, insbesondere im Hinblick auf solche Informationen, die aufgrund anderer Rechtsvorschriften bereits zu einem früheren Zeitpunkt zwingend anzuzeigen sind und auf der Bestellübersichtsseite nicht ohne weiteres wiederholt werden können: Dies trifft v. a. auf die Produktbeschreibung zu, die der Verbraucher ja schon zur Kenntnis nehmen will und muss, bevor er das Produkt in den Warenkorb legt (vgl. BGH v. 16.07.2009, I ZR 50/07, für die Versandkosten). Eine bloße „Rückverweisung“ auf die Produktseite per Link dürfte nach dem Wortlaut der Neuregelung nicht mehr genügen.

Beschriftung des Bestellbuttons

Weiterhin muss der Unternehmer die Bestellsituation ab sofort so gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich auch seine Zahlungsverpflichtung anerkennt. Dies kann nach der Neuregelung nur noch in der Weise erfolgen, dass der Bestellbutton gut lesbar mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet ist. Nach der Gesetzesbegründung soll eine Beschriftung mit „kaufen“ entsprechend eindeutig sein, nicht jedoch die bisher weithin üblichen Formulierungen wie „bestellen“ oder „Bestellung abschicken“. Die zwingende Neubeschriftung des Bestellbuttons ist für alle seriösen Onlinehändler, die ihre Bestellübersichtsseite auch hinsichtlich der Zahlungsverpflichtung bereits jetzt unmissverständlich ausgestalten, besonders ärgerlich. Zudem ist die gesetzlich vorgesehene Beschriftung („zahlungspflichtig bestellen“) für Onlineshops in der Regel ungeeignet wenn nicht sogar irreführend, weil der Verbraucher diese Beschriftung durchaus auch so verstehen kann, dass über die ausdrücklich und unmittelbar über dem Button aufgelisteten Kosten hinaus weitere (nicht genannte) Zahlungsverpflichtungen entstehen. Die Abbruchrate dürfte bei dieser Beschriftung also deutlich steigen.

Folgen der Nichtbeachtung

Wird die Verpflichtung zur Neubeschriftung des Bestellbuttons nicht beachtet, kommt gemäß der Neuregelung in § 312g Abs. 4 BGB kein wirksamer Vertrag zustande. Damit geht das Gesetz über die Vorgabe der Verbraucherrechterichtlinie deutlich hinaus, die als Sanktion lediglich vorsieht, dass der Verbraucher durch den Vertrag oder die Bestellung nicht gebunden ist. Nach der deutschen Regelung führt aber eine fehlende Umsetzung der Neubeschriftung nicht nur zu massenhaften Lieferungen ohne vertragliche Grundlage, sondern entbindet auch den Händler von seiner Lieferverpflichtung. Dies ist nicht nur wegen des Grundsatzes der Vollharmonisierung der Verbraucherrechterichtlinie bedenklich, sondern kann auch vom deutschen

Gesetzgeber nicht gewollt gewesen sein.

Unklar ist auch die Sanktion bei Verstößen gegen die Neuregelung in § 312g Abs. 2 BGB, also einer Nichtbeachtung der speziellen Vorgaben für die Ausgestaltung der vertragswesentlichen Informationen (s. oben). Weder die Wirksamkeit des Vertrages, noch der Beginn der Widerrufsfrist dürften von der Erfüllung dieser Pflichten abhängen. Es bleibt allerdings, wie auch bei einem Verstoß gegen die Neubeschriftung des Buttons, bei der Gefahr von Abmahnungen durch Konkurrenten und Verbraucherschutzverbände nach dem UWG.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen des europäischen Online- und Versandhandels bleiben weiter spannend. Die nächste große Umwälzung dürfte allerdings erst wieder im Dezember 2013 mit der Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie in das deutsche Recht zu erwarten sein.

Practice Group: [Einkauf, Logistik & Vertrieb](#)

www.noerr.com twitter.com/NoerrLLP xing.com/companies/NoerrLLP