

Die Button-Lösung Informationen zur neuen Gesetzesänderung des BGB

Inhalt

1.	Was ist die Button-Lösung?	2
2.	Was ändert sich im Gesetz genau?	2
3.	Welche Button-Beschriftungen sind möglich?.....	3
4.	Gibt es weitere Gestaltungsvorschriften?	3
5.	Ist ein „Button“ zwingend notwendig?	4
6.	Welche Informationspflichten kommen hinzu?.....	4
7.	Welche Konsequenzen drohen bei mangelhafter Umsetzung?	5
8.	Gibt es Besonderheiten bei eBay?	6
9.	Gibt es Besonderheiten für Mobile Commerce?	6
10.	Gilt die Regelung auch für B2B-Geschäfte?	6
11.	Ab wann gilt das Gesetz?	6

Abo-Fallen im Internet stellen ein großes Problem dar. Ein Verbraucher sucht ein Kochrezept, meldet sich auf einer Seite an und bekommt eine Rechnung über 96 Euro ins Haus über die er auch erfährt, dass er einen Zwei-Jahresvertrag abgeschlossen haben soll. Diese Situation war Anlass für das „Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs zum besseren Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Geschäftsverkehr und zur Änderung des Wohnungseigentumsgesetzes“.

Dieses Gesetz wurde im Mai 2012 im Bundesgesetzblatt veröffentlicht und trat **am 1. August 2012** in Kraft. Seit diesem Tag müssen alle Shopbetreiber die neuen Vorgaben anwenden, um Abmahnungen zu vermeiden und um weiterhin wirksame Verträge schließen zu können.

Mit Wirkung zum 13.06.2014 wurde das Verbraucherrecht umfassend durch die Umsetzung der EU-Verbraucherrechterichtlinie - insbesondere im Bereich des Fernabsatzgeschäfts - geändert.

1. Was ist die Button-Lösung?

Mit dieser Gesetzesänderung sollen Unternehmen verpflichtet werden, Verbrauchern bei Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr (➔R12 „Internet-Recht: Checkliste zur Erstellung einer Homepage“, **Kennzahl 44**) bestimmte Informationen (u.a. den Gesamtpreis der Ware) klar und verständlich unmittelbar über dem Bestell-Button zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus **kommt ein Vertrag nur noch zustande, wenn der Verbraucher ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet**. Dies soll regelmäßig **über einen entsprechend beschrifteten Button erfolgen**.

2. Was ändert sich im Gesetz genau?

Durch die Änderung 2014 wurde der §312j BGB neu hinzugefügt. Die Regelungen in §312j BGB entspricht weitestgehend dem früheren §312g BGB:

- „(1) *Auf Webseiten für den elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern hat der Unternehmer zusätzlich zu den Angaben nach § 312i Absatz 1 spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich anzugeben, ob Lieferbeschränkungen bestehen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden.*
- (2) *Bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, der eine entgeltliche Leistung des Unternehmers zum Gegenstand hat, muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen gemäß Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1, 4, 5, 11 und 12 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche, unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen.*
- (3) *Der Unternehmer hat die Bestellsituation bei einem Vertrag nach Absatz 2 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.*

- (4) Ein **Vertrag** nach Absatz 2 kommt **nur** zustande, **wenn** der **Unternehmer seine Pflicht aus Absatz 3 erfüllt**.
- (5) Die Absätze 2 bis 4 sind **nicht anzuwenden**, wenn der **Vertrag ausschließlich durch individuelle Kommunikation geschlossen** wird. Die Pflichten aus den Absätzen 1 und 2 gelten weder für Webseiten, die Finanzdienstleistungen betreffen, noch für Verträge über Finanzdienstleistungen.“

3. Welche Button-Beschriftungen sind möglich?

Die Gesetzesformulierung nennt „zahlungspflichtig bestellen“ als eine Möglichkeit der Buttonbeschriftung. Die Schaltfläche ist so zu beschriften, dass der Verbraucher bei Abgabe seiner vertragsrelevanten Erklärung eindeutig und unmissverständlich darüber informiert wird, dass seine Bestellung eine finanzielle Verpflichtung auslöst. Andere Beschriftungen sind zulässig, sofern sie in der Eindeutigkeit ihrer Aussage der Formulierung „zahlungspflichtig bestellen“ mindestens ebenbürtig sind. **Als mögliche Beschriftungen** nennt die Gesetzesbegründung explizit:

- „kostenpflichtig bestellen“
- „zahlungspflichtigen Vertrag schließen“
- „kaufen“

Nicht zulässig, da nicht eindeutig, sind hingegen:

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

Welche weiteren Bezeichnungen eindeutig sind, wird die Rechtsprechung im Laufe der Jahre herausarbeiten. Für Online-Shops würde die Formulierung „Kaufen“ sich anbieten, da die Bezeichnung „zahlungspflichtig bestellen“ vor allem auf Abo-Fallen gemünzt ist und in einem Online-Shop bei unbedarften Verbrauchern den unrichtigen Eindruck vermitteln kann, dass durch die Bestellung zusätzliche Zahlungsverpflichtungen generiert werden. Auch bei einem Kauf auf Rechnung, bei dem ein Verbraucher, der rechtzeitig widerruft, unter Umständen gar keine Zahlung leisten muss, wäre diese Formulierung wohl eher verwirrend. Das **AG Köln** hat mit Urteil vom 28.04.2014, Az: 142 C 354/13, für den Spezialfall eines Zwangsvollstreckungskalenders, der online bestellt werden konnte, entschieden, dass die Beschriftung des Bestellbuttons mit dem Wort „kaufen“ nicht korrekt sei. Dieses Urteil stößt in der Literatur auf Ablehnung. Um den eigenen Shop rechtssicher zu gestalten, sollte der Bestellbutton zur Sicherheit mit „**Zahlungspflichtig bestellen**“ beschriftet werden. Eine neue Rechtsprechung liegt bis dato nicht vor.

4. Gibt es weitere Gestaltungsvorschriften?

Die Beschriftung des Buttons muss „**gut lesbar sein**“. Hierdurch soll verhindert werden, dass die Vorschrift durch unseriöse Unternehmer umgangen wird, welche den Hinweis so klein gestalten, dass er seinen Zweck nicht mehr erfüllen kann. Auch eine zu kontrastarme Gestaltung (zum Beispiel dunkelblau auf blau) des Buttons ist nicht erlaubt.

Darüber hinaus darf die Schaltfläche abgesehen von der Beschriftung **keine weiteren Zusätze** enthalten.

5. Ist ein „Button“ zwingend notwendig?

Die Bezeichnung als „Button-Lösung“ mag zu der Vermutung führen, dass auch zwingend ein **Button**, also ein Bild verwendet werden muss. Dies ist jedoch nicht erforderlich, sondern allgemein gilt: „Der Unternehmer hat die Bestellsituation ... so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet.“ (§ 312j Abs. 3 S. 1) Wird eine „Schaltfläche“ verwendet, gilt die Beschriftungsregel (S. 2). Diese muss dann mit „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer entsprechend eindeutigen Formulierung beschriftet sein.

Nach der Gesetzesbegründung ist eine Schaltfläche dabei jedes grafische Bedienelement, das es dem Anwender erlaubt, eine Aktion in Gang zu setzen oder dem System eine Rückmeldung zu geben. Damit sind auch **andere Bedienelemente** erfasst, die eine ähnliche Funktion wie ein Bedienknopf haben - etwa ein **Hyperlink** oder ein **Auswahlkasten (Checkbox)**.

6. Welche Informationspflichten kommen hinzu?

Über dem Bestellbutton müssen folgende (ohnehin zu erteilende) **Informationen** „unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise“ zur Verfügung gestellt werden:

- **Produktbeschreibung** („die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung“)
- **Mindestlaufzeit** („die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat“)
- **Gesamtpreis** („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“)
- **Versand- und Zusatzkosten** („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“)

Diese **Informationen** müssen in einem **direkten zeitlichen Zusammenhang mit der Abgabe der Bestellung** durch den Verbraucher gegeben werden. Dadurch soll der Verbraucher die relevanten Informationen auch direkt zum Zeitpunkt seiner Bestellung zur Kenntnis nehmen können. **Informationen zu Beginn des Bestellprozesses** (zum Beispiel vor Eingabe der Adressdaten) **würden demnach nicht genügen**.

Auch ein **räumlicher Zusammenhang** muss bestehen. Hierzu die Gesetzesbegründung:

“Die Aufmerksamkeit des Verbrauchers, der im Begriff ist, die Schaltfläche zu betätigen, soll sich auch auf diese Informationen richten, ohne dass trennende Gestaltungselemente davon ablenken oder den Eindruck erwecken, zwischen den Vertragsinformationen und der Bestellschaltfläche bestünde kein innerer sachlicher Zusammenhang. [...] Diese Anforderung ist nur dann erfüllt, wenn die Informationen und die Schaltfläche bei üblicher Bildschirmauflösung gleichzeitig zu sehen sind, ohne dass der Verbraucher scrollen muss. Keinesfalls genügt es, wenn die Informationen erst über einen gesonderten Link erreichbar oder nur einem gesondert herunterzuladenden Dokument entnehmbar sind.”

Eine Information, die unterhalb der Bestellfläche angeordnet ist und erst durch Scrollen sichtbar wird, stellt nicht sicher, dass der Verbraucher diese Informationen auch erhält. Ein **Scrollen zum Bestell-Button** ist erlaubt, solange sich **alle relevanten Informationen über diesen Button befinden**. Insbesondere bei kleinen Endgeräten wie Smartphones wird sich ein Scrollen auch nicht immer vermeiden lassen.

Praxistipp:

Der Bestell-Button muss also so platziert sein, dass der Verbraucher quasi „gezwungen“ wird, die Informationen zur Kenntnis zu nehmen, bevor er den Bestell-Button betätigen kann. Das bedeutet, dass ein Bestell-Button, der oberhalb der Informationen platziert ist, abgemahnt werden kann, weil der Verbraucher dann eben auch bestellen kann, ohne alle Informationen zu lesen.

7. Welche Konsequenzen drohen bei mangelhafter Umsetzung?

- **Abmahnung**

Sowohl bei einer Nichterfüllung der Informationspflichten nach § 312j Abs. 2 BGB als auch nach einer Nichteinhaltung von Abs. 3 (ausdrückliche Bestätigung der Zahlungsverpflichtung bzw. eindeutige Beschriftung der Schaltfläche) kann der Shopbetreiber **wegen eines Wettbewerbsverstößes abgemahnt** werden.

- **Kein Vertragsschluss**

Nach § 312j Abs. 4 BGB kommt ein Vertrag nur zustande, wenn der Unternehmer seine Pflicht aus Absatz 3 erfüllt. Wäre zum Beispiel der abschließende Bestell-Button auch **nach dem 01.08.2012** noch mit einer Bezeichnung wie „Bestellung abgeben“ beschriftet, so käme **kein Vertrag** zustande. Konsequenz: Der Unternehmer kann vom Verbraucher kein Entgelt verlangen. Wenn kein Vertrag zustande kommt, ist der Unternehmer jedoch auch nicht verpflichtet, zu liefern.

Praxistipp:

Die Informationen zum Vertragsschluss stehen typischerweise in den AGB drin bzw. auf den Kundeninformationsseiten. Auch diese Passage musste zum 01.08.2012 mit Inkrafttreten der Button-Lösung angepasst werden. Wird beispielsweise bisher darüber informiert, dass der Kunde eine verbindliche Bestellung abgibt, wenn er auf den Button „bestellen“ klickt, so ist diese Information seit 1. August 2012 falsch, da spätestens dann der Button anders beschriftet sein muss.

8. Gibt es Besonderheiten bei eBay?

Die Informationspflichten aus § 312j Abs. 2 BGB gelten auch für eBay und vergleichbare Internetauktionsplattformen. Eine Endpreisangabe vor Abgabe der Bestellung ist bei Auktionen zwar nicht möglich, hier soll nach Willen des Gesetzgebers jedoch das persönliche Höchstgebot angegeben werden.

„Bei Fallgestaltungen, in denen der Verbraucher einen Preis angibt, den er maximal zu zahlen bereit ist, muss dieser Preis angegeben werden. [...] Hier besteht die dem Auktionsprinzip innewohnende Besonderheit, dass nicht der Unternehmer den endgültigen Preis vorgibt, sondern dass dieser sich nach dem im Verlauf der Auktion höchsten abgegebenen Gebot richtet. Der Verbraucher muss sich im Zeitpunkt des Bietens seines persönlichen Höchstgebotes bewusst sein; dieses ist als Preisinformation anzuzeigen.“

Auch eine andere Button-Beschriftung ist bei eBay möglich. Hier genügen dem Gesetzgeber Beschriftungen wie Trusted Shops GmbH, Subbelrather Str. 15c, 50823 Köln, Geschäftsführer Jean-Marc Noël • Thomas Karst • Ulrich Hafenbradl, Handelsregister: Amtsgericht Köln • HRB Nr. 32735, UST-IdNr. DE812947877

- „Gebot abgeben“ oder
- „Gebot bestätigen“,

da es für den Verbraucher, schon weil er sein Gebot beziffern müsse, klar sei, dass er die Auktionsware bezahlen müsse, wenn er den Zuschlag erhält.

9. Gibt es Besonderheiten für Mobile Commerce?

Nein, auch Anbieter von Shopping-Apps u. ä. müssen sich an die Regeln handeln.

10. Gilt die Regelung auch für B2B-Geschäfte?

§ 312j Abs. 2 und 3 BGB sprechen explizit von Verträgen zwischen Unternehmern und Verbrauchern. Der Vorschlag des Bundesrates, die Regelung für B2B-Geschäfte auszudehnen, hat sich nicht durchgesetzt, daher gilt sie nur B2C.

11. Ab wann gilt das Gesetz?

Das Gesetz trat am 1. August 2012 in Kraft. Die geänderte Fassung ist seit dem 13.06.2014 in § 312j BGB normiert.

Dr. Carsten Föhlisch, Leiter Recht, Prokurist bei Trusted Shops GmbH, Köln, ist überwiegend Autor dieses Artikels.

Wir danken ihm für die Bereitstellung der Informationen.

Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK - nur einen Hinweis geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.